

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *FRONTLINER (CUSTOMER SERVICE, TELLER, dan SECURITY)* TERHADAP KEPUASAN NASABAH BERTRANSAKSI DIPERBANKAN

(Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Iskandar Muda Medan dan Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan)

SKRIPSI

Disusun Oleh :

Wiwik

26133036



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN**

2017 M – 1439 H

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *FRONTLINER (CUSTOMER SERVICE, TELLER, dan SECURITY)* TERHADAP KEPUASAN NASABAH
BERTRANSAKSI DIPERBANKAN**

(Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Iskandar Muda Medan dan Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Kota Medan)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Pada Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Oleh:

WIWIK

NIM. 26133036

Program Studi
EKONOMI ISLAM



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2017 M/ 1438 H**

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner* Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Diperbankan (Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Iskandar Muda Medan dan Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk Cabang Katamso Medan)**" Atas nama Wiwik, NIM 26133036 program studi Ekonomi Islam telah dimunaqasyahkan dalam sidang munaqasyah pada tanggal 31 Oktober 2017. Skripsi ini telah diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada program studi Ekonomi Islam.

Medan, 21 November 2017
Panitia Sidang Munaqasyah
Program Studi Ekonomi Islam
UIN-SU
Sekretaris

Ketua

(Dr. Hendra Hermain, SE, M.Pd)
NIP. 19730510 199803 1 003

(Rahmi Syahriza S.Thi, MA)
NIP. 19850103 201101 2 001

Anggota

1. (Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag)
NIP. 19760423 200312 1002

2. (Sri Ramadhani, MM)
NIP. 19751015 200501 2 004

3. (Dr. Hendra Hermain, SE, M.Pd)
NIP. 19730510 199803 1 003

4. (Tuti Anggraini, MA)
NIP. 19770531 200501 2 007

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam
UIN-SU

Dr. Andri Soemitra, MA
NIP. 19760507 200604 1 002

IKHTISAR

Wiwik (2017). “**Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner* (*Customer Service, Teller, dan Security*) Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Di Perbankan**”. Dibawah bimbingan Pembimbing I Bapak Muhammad Yafiz, M.A dan Pembimbing II Ibu Sri Ramadhani, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan *frontliner* berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap kepuasan nasabah bertransaksi di Perbankan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda dan pada PT. Bank Negara Indonesia, (Persero), Tbk. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada nasabah bank yang melakukan setor tunai dan nasabah yang melakukan pembuatan rekening baru pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda dan pada PT. Bank Negara Indonesia, (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan yang berjumlah 50 responden dari setiap bank. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan mengolah data yang diperoleh dari kuesioner setelah terlebih dahulu ditransformasikan kedalam data *numerik* (angka) dengan menggunakan *skala likert*. Data tersebut diolah menggunakan *software SPSS.16*. Analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian dengan taraf signifikan 5% diperoleh kesimpulan : (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan *frontliner* terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi di Perbankan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan pada PT. Bank Negara Indonesia, (Persero), Tbk. sebesar dengan t_{hitung} X_1 Bukti Fisik sebesar $(1,903 > 1,6777)$, variabel X_2 Kehandalan $(2,062 > 1,6777)$, X_3 Daya Tanggap $(3,452 > 1,6777)$, variabel X_4 Jaminan $(4,573 > 1,6777)$ dan X_5 Perhatian Individu $(4,887 > 1,6777)$ dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan X_1 Bukti Fisik sebesar $(2,709 > 1,6777)$, variabel X_2 Kehandalan $(1,257 > 1,6777)$, variabel X_3 Daya Tanggap $(2,216 > 1,6777)$, variabel X_4 Jaminan $(1,939 > 1,6777)$ dan variabel X_5 Perhatian Individu $(1,338 > 1,6777)$ dan taraf signifikan yang lebih kecil dari 0,05 $(0,009 < 0,05)$. (2) Terdapat perbedaan yang signifikan antara Analisis *R square* diperoleh pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan 0,876 % dari PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan 0,763% maka dapat dilihat jelas perbedaan dari pelayanan *frontliner* dan kualitas pelayanan diantara kedua bank tersebut.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Nasabah

KATA PENGANTAR

Assalamual'aikum Wr. Wb

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan penulis kesehatan, kesempatan dan kelengkapan waktu kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner* Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi di Perbankan (Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan”. Shawat bermutiarakan salam senantiasa penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW semoga kelak kita mendapat syafa'atnya di yaumul akhir kelak. Amin.

Skripsi ini merupakan salah satu tugas akhir sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar sarjana (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Terselesaikannya skripsi ini tentunya berkat bantuan dari banyak pihak yang telah ikut serta secara moril dan materil. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada Allah SWT, atas segala nikmat yang luar biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk yang teristimewa kedua orang tua tercinta Ayahanda Hasan Basri dan Ibunda Nurasih danabang tersayang Muhammad Ridwan S. Pd

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Saidurrahman, M.Ag selaku Rektor UIN Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Andri Soemitra, M.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag selaku Pembimbing I yang telah memberikan pengarahan dan pemahaman serta bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu.

4. Ibu Sri Ramadhani, MM selaku Pembimbing II yang telah memberikan pengarahan dan pemahaman serta bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu.
5. Kepada seluruh keluarga besar penulis yang telah memberikan motivasi dan doa kepada penulis.
6. Kepada yang terkasih sahabat penulis di masa kuliah Nursriani Pane, SE, Nurhafizah, SE, Vina Anggraini, SE, DeaPratamy, SE, Linda Sofyana, SE, IkaWulan Sari, SE, Novita Syahputri, SE, serta teman-temankelas EPS – A 2013 dan teman penulis lainnya di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
7. Kepada Bapak Dr. M.Syafii, SE, M.SI, Ibu Sunarti S.Kep, Ns, uwak Mahmud, S.Ag dan uwak Nurasih, SE yang telah memberikan banyak dukungan kepada penulis selama masa SMA sampai akhir perkuliahan.
8. Kepada sepupu Munazir Muhammad, SH dan Hifzil Fahmi yang selalu bertanya “kapan wisuda kak ?”.
9. Kepada sahabat semasa SMP Nazla Ahabbi, SE, Tika Zulaika Lubis, Amd.Keb, dan Nismaulanyang sudah banyak memberikan semangat dan dukungan dari proses awal skripsi hingga akhir dan kepada Reini Adhha Nasution, Amd sebagai tempat berkeluh kesah suka maupun duka.
10. Kepada teman semasa OPAK hingga akhir perkuliahan “Az-Zahra”, teman kelompok KKN “Ambalutu”, teman Paskibra SMAN 2 Medan “Pasta Demadu”.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak.

Akhirnya kepada Allah jualah penulis mohon ampun dan menyerahkan diri, semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Wassalam,

Medan, 12 Oktober 2017

Penulis

Wiwik

Nim.26133036

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
IKHTISAR.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Batasan Masalah.....	10
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
 BAB II KAJIAN TEORITIS	
A. Pelayanan.....	13
1. Defenisi Pelayanan (<i>service</i>).....	13
2. <i>Frontliner (Customer Service, Teller, Security)</i>	17
B. Kepuasan Nasabah.....	23
1. Defenisi Kepuasan.....	23
2. Pengukuran Tingkat Kepuasan.....	26

3. Faktor-faktor yang Menentukan Kepuasan Nasabah.....	27
4. Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	28
5. Aspek-aspek Kepuasan Nasabah.....	29
C. Tinjauan Islam.....	30
D. Kerangka Teoritis.....	33
E. Kajian Terdahulu.....	33

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian.....	36
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
C. Teknik Pengumpulan Data.....	36
D. Populasi dan Sample.....	37
E. Variabel Penelitian.....	38
F. Defenisi Operasional.....	40
G. Metode Analisis Data.....	46

BAB IV TEMUAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	
1. PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda.....	56
2. PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan.....	63
B. Hasil Penelitian	
1. Deskriptif Data.....	68
2. Analisis Data.....	72
3. Uji Asumsi Klasik.....	75

4. Uji Model Analisis Data.....	82
5. Pengujian Hipotesis.....	83
6. Uji Beda.....	89
C. Interpretasi	Hasil
Penelitian.....	91

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	93
B. Saran.....	94

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1.1 Perbandingan Ratio Bank Konvensional dan Bank Syariah.....	3
3.1 Defenisi Operasional dan Indikator Penelitian.....	40
3.2 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	48
4.1 Jenis Kelamin Nasabah PT. BSM.....	68
4.2 Kelamin Nasabah PT. BNI.....	69
4.3 Tingkat Usia Nasabah PT. BSM.....	69
4.4 Tingkat Usia Nasabah PT. BNI.....	70
4.5 Tingkat Pendidikan Nasabah PT. BSM.....	71
4.6 Tingkat Pendidikan Nasabah PT. BNI.....	71
4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen PT. BSM.....	72
4.8 Hasil Uji Validitas Instrumen PT. BNI.....	73
4.9 Hasil Uji Reliabilitas PT. BSM.....	75
4.10 Hasil Uji Reliabilitas PT. BNI.....	75
4.11 Hasil Uji Normalitas PT. BSM.....	76
4.12 Hasil Uji Normalitas PT. BNI.....	77
4.13 Hasil Uji Multikolinearitas PT. BSM.....	80
4.14 Hasil Uji Multikolinearitas PT. BNI.....	80
4.15 Regresi Linear Berganda PT. BSM.....	82
4.16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda PT. BNI.....	83
4.17 Hasil Uji Determinasi R^2 PT. BSM.....	84
4.18 Hasil Uji Determinasi R^2 PT. BNI.....	84
4.19 Uji t PT. BSM	85
4.20 Uji t PT. BNI.....	87
4.21 Hasil Uji F (Annova) PT. BSM.....	88
4.22 Hasil Uji F (Annova) PT. BNI.....	89
4.23 Uji Normalitas.....	90
4.24 Uji Homogen.....	90
4.25 Uji Independent Sample T-test.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
2.1 Diagram Model Pelayanan Jasa.....	16
2.2 Diagram Konsep Kepuasan Pelanggan.....	24
2.3 Diagram Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	28
2.4 Kerangka Pemikiran.....	33
4.1 Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Mandiri.....	62
4.2 Struktur Organisasi PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk.....	67
4.3 Histogram PT. BSM.....	77
4.4 Histogram PT. BNI.....	78
4.5 P-P Plot PT. BSM.....	78
4.6 P-P Plot PT. BNI.....	79
4.7 Hasil Uji HeteroskedastisitasPT. BSM.....	81
4.8 Hasil Uji Heterokedastisitas PT. BNI	82

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri perbankan di Indonesia sangat penting peranannya dalam perekonomian. Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang mempunyai peranan penting didalam perekonomian suatu negara sebagai lembaga perantara keuangan. Hal ini dikarenakan perbankan merupakan salah satu dari sistem keuangan yang berfungsi sebagai *Financial intermediary*, yaitu suatu lembaga yang mempunyai peran untuk mempertemukan antara pemilik dan pengguna dana. Oleh karena itu, kegiatan bank harus sejalan secara efisien pada skala makro maupun mikro. Dana hasil mobilitas masyarakat dialokasikan ke berbagai ragam sektor ekonomi dan keseluruhan area membutuhkan, secara tepat dan cepat. Untuk meningkatkan mobilitas dana masyarakat yang selama ini belum terlayani oleh sistem perbankan konvensional dan untuk mengalokasikan kebutuhan terhadap layanan jasa perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah, maka tahun 1999 bank syariah secara resmi dikenalkan kepada masyarakat.

Pengembangan sistem perbankan syariah di Indonesia dilakukan dalam kerangka *dual-bankingsystem* atau sistem perbankan ganda dalam kerangka Arsitektur Perbankan Indonesia (API), untuk menghadirkan alternatif jasa perbankan yang semakin lengkap kepada masyarakat Indonesia. Sistem perbankan syariah dan perbankan konvensional secara sinergis mendukung mobilitas dana masyarakat secara lebih luas untuk meningkatkan kemampuan pembiayaan bagi sektor-sektor perekonomian nasional.

Perkembangan industri keuangan syariah informal telah dimulai sebelum dikeluarkannya kerangka hukum formal sebagai landasan operasional perbankan di Indonesia. Beberapa badan usaha pembiayaan non-bank telah didirikan sebelum tahun 1992 yang telah menerapkan konsep bagi hasil dalam kegiatan operasionalnya. Hal tersebut menunjukkan kebutuhan

masyarakat akan hadirnya institusi-institusi keuangan yang dapat memberikan jasa keuangan yang sesuai dengan syariah.

Bank syariah di Indonesia dalam rentang waktu yang relatif singkat, telah memperlihatkan kemajuan yang cukup berarti dan semakin memperlihatkan eksistensinya dalam sistem perekonomian nasional. Bank berdasarkan prinsip syariah atau bank syariah seperti halnya pada bank konvensional juga mempunyai fungsi sebagai lembaga intermediasi (*Intermediary Institution*). Sistem syariah ini menawarkan keadilan, transparansi, akuntabilitas dan saling percaya para pelaku ekonomi. Sistem ekonomi dunia saat ini didominasi oleh segelintir pemilik modal, dan para kapitalis yang memiliki pengaruh yang luar biasa dalam pergerakan roda ekonomi, yang pada akhirnya banyak menimbulkan korban sehingga keberadaan bank syariah ini diharapkan mampu memberikan solusi atas keadaan tersebut.

Perkembangan bank umum syariah dan bank umum konvensional yang membuka cabang syariah juga didukung dengan tetap bertahannya bank syariah pada saat perbankan nasional mengalami krisis cukup parah pada tahun 1998 dan krisis global pada tahun 2008. Sistem bagi hasil perbankan syariah yang diterapkan dalam produk-produk PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Sistem bagi hasil perbankan syariah yang diterapkan dalam produk-produk PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. menyebabkan bank tersebut relatif mempertahankan kinerjanya dan tidak hanyut oleh tingkat suku bunga simpanan yang melonjak sehingga beban operasional lebih rendah dari bank konvensional. Berikut tabel kinerja keuangan Bank umum syariah dengan Bank umum konvensional di Indonesia :¹

¹<http://E-Journal.stie-aub.ac.id> (Diakses pada Tanggal 25 September 2017, Pkl. 14.32 WIB)

Tabel 1.1

Perbandingan Ratio Bank Konvensional dan Bank Syariah

RATIO	BANK KONVENSIONAL				BANK SYARIAH			
	2012	2013	2014	Mean	2012	2013	2014	Mean
CAR	17,71	18,56	19,61	18,63	15,00	14,1	15,84	14,98
ROA	3,18	3,03	2,91	3,04	1,71	1,93	0,77	1,47
BOPO	77,37	75,13	77,18	76,56	79,25	80,42	82,08	80,59
NIM	5,44	5,35	4,22	5,00	1,66	1,93	1,96	1,85
LDR	81,98	87,18	82,60	83,92	118,07	120,21	93,87	110,72

Sumber : Data Statistik Perbankan Indonesia periode 2012-2014

Tabel diatas menunjukkan kinerja keuangan bank konvensional dan bank syariah yang diukur dari ketinggian rasio. Bank konvensional lebih baik kinerjanya jika ditinjau dari *mean Capital Adequacy Ratio*(CAR) bank konvensional yaitu 18,63 %, dibandingkan dengan *mean* CAR bank syariah yaitu 14,98%. CAR bank konvensional dari tahun ketahun mengalami kenaikan, sedangkan bank syariah dari tahun ketahun mengalami fluktuasi, meskipun demikian kedua bank telah memenuhi standar yang ditetapkan oleh BI yaitu senilai 8%. *Mean Return On Asset* (ROA) bank konvensional lebih baik yaitu 3,04% dibanding dengan *Mean* ROA bank syariah yaitu 1,47%, bank konvensional telah memenuhi standar dari BI yaitu 1,5% sedangkan bank syariah masih mendekati standar BI. ROA bank konvensional dari tahun ketahun terus mengalami penurunan, sedangkan bank syariah dari tahun ketahun mengalami fluktuasi. *Mean* Biaya Operasional terhadap Pendapatan Operasional(BOPO) bank konvensional lebih baik yaitu 76,56% dibandingkan dengan *mean* bank syariah yaitu 80,59%, karena semakin kecil BOPO maka semakin efisien pula kinerja suatu bank, meskipun demikian kedua bank sama-sama telah memenuhi standar BI yaitu dibawah 92%, bank konvensional mengalami BOPO yang berfluktuasi sedangkan bank syariah BOPO nya terus meningkat. *Mean Net Interest Margin* (NIM) bank syariah lebih baik yaitu 1,85% sedangkan bank konvensional 5%, meskipun demikian kedua bank masih berada dibawah 5,5%, meskipun dari tahun ketahun bank konvensional memiliki *trend* yang menurun, sedangkan bank syariah dari tahun ketahun mengalami kenaikan rasio NIM. *Mean Loan to Deposit Ratio*(LDR) bank syariah lebih baik yaitu 110,72% dibanding

dengan bank konvensional yaitu 83,92%, tetapi *mean* bank syariah sedikit melebihi dari standar BI. LDR dari kedua bank dari tahun ketahun mengalami fluktuasi.

Bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan prinsip-prinsip syariah Islam, dimana tatacara beroperasinya mengacu pada ketentuan-ketentuan Al-Quran dan Hadits yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan syariat Islam khususnya yang menyangkut tatacara bermuamalah secara Islam.²

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang yang beroperasi yang disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah, yang bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.

Menurut UU No.21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian.³ Pada saat ini, kecenderungan dunia bisnis termasuk dunia perbankan yang paling terkini adalah menjadikan pelanggan bagian dari organisasi. Agar dapat bersaing dan terus berkembang serta orientasi jangka panjang perusahaan dapat terwujud, tentunya para pihak bank harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah. Oleh karena itu, dibutuhkan karyawan yang memiliki komitmen untuk bekerja sesuai dengan standarisasi bank, khususnya pada bagian *frontliner*, karena mereka merupakan barisan terdepan dari sebuah perusahaan layanan jasa yang berhadapan secara langsung dengan nasabah maka dari itu para *frontliner* wajib memberikan pelayanan terbaik agar dapat menciptakan kesan dimata nasabah, yang implikasinya menjadi daya tarik sendiri pada bank bersangkutan.

²Karmaen Perwataatmadja, M.Syafi'i Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank islam*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1992) cet.1 hal.1.

³Republik Indonesia, Undang-Undang RI No 21 tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah

Kualitas suatu produk atau pelayanan dari suatu perusahaan terletak pada kepuasan pelanggannya. Menurut Feigenbaum, menyatakan bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*). Suatu produk berkualitas apabila dapat memberikan kepuasan sepenuhnya kepada konsumen atas suatu produk.⁴ Selera atau harapan konsumen selalu berubah, sehingga kualitas pelayanan juga harus berubah atau disesuaikan. Dengan perubahan kualitas pelayanan tersebut, diperlukan perubahan atau peningkatan dalam keterampilan tenaga kerja, perubahan proses pelayanan yang lebih baik serta perubahan lingkungan perusahaan agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan juga merupakan fokus utama saat ini dalam suatu perusahaan.⁵

Kualitas pelayanan pada pelanggan merupakan faktor yang sangat penting. Pentingnya kualitas pelayanan dapat dijelaskan dalam dua sudut, yaitu dari sudut manajemen operasional dan manajemen pemasaran, terkait dari manajemen pemasaran, kualitas pelayanan merupakan salah satu unsur utama dalam bauran pemasaran (*marketing-mix*) yaitu pelayanan produk, harga, promosi dan saluran distribusi yang dapat meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasar perusahaan. Jika dilihat dari sudut manajemen operasional, kualitas pelayanan merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan yang harus memberi kepuasan kepada konsumen dapat melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas pelayanan dari pesaing sehingga dapat terpenuhi kepuasan pelanggannya.⁶

Oleh karena itu “Mendahulukan kepuasan pelanggan” adalah itikad yang mengagumkan, sebaik apa sebuah perusahaan diajak berbisnis biasanya tergantung pada orang-orang yang diperkerjakan. Pengetahuan dan keahlian

⁴A.V Feigenbaum, “Kendali Mutu Terpadu” (Jakarta : 1992),hal 97

⁵M Nur Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Manajemen)*, (Bojongsuka : Ghulia Indonesia. 2005), hal 3

⁶*Ibid.* hal 4

karyawan sangat penting bagi kemampuan perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan atau kepuasan pelanggan.⁷ Dalam era kompetisi bisnis yang ketat seperti sekarang ini, kepuasan pelanggan merupakan hal yang utama, pelanggan diibaratkan seorang raja yang harus dilayani, namun hal ini bukan berarti menyerahkan segalanya kepada pelanggan. Usaha untuk memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan yaitu keadaan dimana kedua belah pihak merasa menang dan tidak ada yang dirugikan. Tuntutan masyarakat atas peningkatan taraf hidup, regulasi dari pemerintah mengenai hak-hak pelanggan, juga semakin kompleksnya kegiatan bisnis serta terjadinya ledakan data dan informasi, berimplikasi kepada keharusan dalam perbaikan mutu layanan dan perbaikan kinerja pemberi jasa yaitu pegawai bank.⁸

Standar layanan menjadi pedoman baku yang digunakan oleh para *frontliner* dalam bekerja, sehingga apabila para *frontliner* memiliki komitmen dalam menetapkan standar layanan yang ada dapat menciptakan kepuasan dari nasabah ketika bertransaksi di sebuah bank. Karena tolak ukur keberhasilan sebuah bank salah satunya adalah tergantung kepada kepuasan nasabah terhadap layanan yang diberikan. Dalam hal ini kepuasan nasabah merupakan hal yang sangat penting yang harus diperhatikan dan diwujudkan karena nasabah merupakan penilai terakhir dari mutu pelayanan yang telah diberikan oleh pihak bank.

Kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuhkan kembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. Dalam perbankan masalah kualitas layanan (*service quality*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis ini, bank syariah khususnya telah menjadi tempat untuk menghimpun dan

⁷Denis Walker, *Mendahulukan Kepuasan Pelanggan*, (Pondok Cabe Pamulang : Bimapura Aksara Publisher kelompok KARISMA Publishing 2011) hal. 27

⁸Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta : Graha Ilmu :2010)

menyalurkan dana bagi masyarakat yang mempunyai misi berlandaskan keadilan, kejujuran, kemanfaatan, kebersamaan yang sesuai dengan syariah.⁹

PT. Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu bank yang secara berkala melakukan perbaikan terhadap kualitas pelayanan *frontliner* dengan tujuan agar dapat meningkatkan berbagai kualitas layanan, terutama pada layanan *teller*, *customer service* dan *security* sehingga mampu untuk bersaing secara sehat dengan bank lainnya guna memperoleh laba. PT. Bank Syariah merupakan salah satu perusahaan jasa yang mengedepankan pelayanan kepada nasabah dalam setiap operasionalnya, seorang petugas *frontliner* dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima terhadap nasabah, agar *frontliner* dapat memberikan pelayanan yang prima, baik itu bagian *teller*, *customer service*, maupun *security* maka ia harus mengenal karakteristik nasabahnya dengan baik. Nasabah bermacam-macam tipe seperti ada yang penyabar, pendiam dan hati-hati, masing-masing tipe ini harus didekati dengan metode yang berbeda.¹⁰

Upaya peningkatan kualitas pelayanan oleh PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan bersifat inovatif dan berorientasi pada kepuasan nasabah. Namun masih muncul pertanyaan apakah hal tersebut telah benar-benar dapat memberikan kepuasan bagi nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan. PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan perlu mengidentifikasi apakah pelayanan yang selama ini diberikan telah sesuai dengan harapan nasabah, hal ini sebagai bukti perhatian PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan terhadap kepuasan nasabahnya. Apabila harapan nasabah lebih besar dari pelayanan *frontliner* yang diterima, maka nasabah tidak puas, sebaliknya apabila harapan nasabah sama atau lebih kecil dari pelayanan *frontliner* yang diterima, nasabah akan merasa puas.

Hal ini yang mendorong penulis untuk mengetahui lebih jauh lagi tentang kepuasan nasabah setelah menerima pelayanan dari PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan, dengan ini dapatlah diketahui bahwa dimensi

⁹Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta : Kencana 2009), hal 25

¹⁰J. Suprpto, *Etika dan Karakteristik Nasabah*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2005), hal 15

pelayanan seperti apa yang dapat diberikan kepuasan bagi nasabah. Penelitian ini diharapkan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dapat meningkatkan pelayanan agar dapat memberikan kepuasan bagi nasabahnya dengan tetap berlandaskan pada syariat Islam, serta PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dapat meningkatkan pelayanan yang prima sehingga nasabah semakin loyal dengan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan khususnya.

Kualitas pelayanan sangatlah penting dan terus ditingkatkan karena identik dengan keberadaan lembaga atau organisasi yang bersangkutan. Kualitas pelayanan yang diberikan akan mempengaruhi kepuasan nasabah, dimana bank yang memiliki pelayanan buruk lambat laun akan ditinggalkan nasabahnya. Namun, sebaliknya bank yang berkualitas pelayanannya prima akan banyak dicari nasabah. Dengan reputasi pelayanan terbaik dan posisi tawar yang kuat, bank tidak perlu takut kehilangan nasabahnya. Bahkan bank bisa menjadi pemenang dalam merebutan dana nasabah.

PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. merupakan salah satu bank tertua di Indonesia. Selama sekitar 60 tahun PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. melayani masyarakat hampir diseluruh daerah di Indonesia. Kepercayaan masyarakat yang tinggi terhadap PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. menjadi bank ini berusaha keras untuk melayani masyarakat disemua lapisan. Hal ini dapat dilihat dari keberhasilan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. pada tahun 1999 memperoleh sertifikat ISO 9002 berkaitan dengan penerapan sistem manajemen mutu. Tujuannya adalah untuk memberikan mutu pelayanan prima sehingga mampu memuaskan nasabah.

Sebagai industri yang bergerak dalam bidang layanan, upaya meningkatkan *service* merupakan salah satu program yang paling penting bagi bank seperti PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Katamso Medan. Sesuai dengan visi dan misi PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. yaitu menjadi bank kebanggaan nasional yang unggul dalam layanan dan kinerja, maka kepuasan nasabah menjadi prioritas.

Sebagaimana yang dijabarkan pada sebelumnya, PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. merupakan bank yang menaruh perhatian khusus dalam hal memberikan kualitas pelayanan kepada nasabah. Kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah tentu akan membuat nasabah merasa dirinya dipentingkan dan diperhatikan dengan baik dan wajar. Berpijak pada pola pikir diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner* (*Customer Service, Teller, dan Security*) Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Di Perbankan (Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Kepuasan nasabah dalam bidang jasa perbankan merupakan elemen penting dalam menumbuh kembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan.
2. Selera atau harapan nasabah selalu berubah sehingga kualitas pelayanan dan keterampilan tenaga kerja harus ditingkatkan sesuai dengan kebutuhan nasabah.
3. *Frontliner* merupakan barisan terdepan dari layanan perusahaan jasa perbankan.
4. Upaya PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dalam peningkatan kualitas pelayanan bersifat inovatif dan berorientasi pada kepuasan nasabah.
5. Selama sekitar 60 tahun PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. melayani masyarakat hampir diseluruh daerah di Indonesia dan bank ini berusaha keras untuk melayani masyarakat disemua lapisan.

C. Pembatasan Masalah

Melihat identifikasi masalah di atas dan disesuaikan dengan beberapa faktor antara lain faktor biaya, keterbatasan waktu penelitian dan kemampuan peneliti, maka peneliti membatasi penelitian ini pada :

1. Pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah dibatasi pada 5 (lima) dimensi yaitu bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan perhatian individu (*empathy*).
2. *Frontliner* dibatasi pada *customer service*, *teller* dan *security*.
3. Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan No.58 dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan No. 24 H-I. Kebutuhan nasabah dibatasi pada nasabah yang melakukan transaksi setor tunai dan pembuatan tabungan baru.

D. Perumusan Masalah

Perumusan masalah merupakan langkah yang sangat penting karena langkah ini akan menentukan kemana satu penelitian diarahkan. Berdasarkan pembatasan masalah yang ada, maka diirumuskan permasalahan dengan bentuk pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah pelayanan *frontliner* baik dari *tangible*, *reability*, *responsiveness*, *assurance* maupun *empathy* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan ?
2. Adakah perbedaan antara pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan ?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan.
- b. Untuk mengetahui adakah perbedaan antara pelayanan *frontliner* baik dari *tangible, reability, responsiveness, assurance* maupun *empathy* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan.

2. Manfaat penelitian

Adapun manfaat penelitian skripsi ini diuraikan sebagai berikut :

- a. Bagi penulis
Penelitian skripsi ini diharapkan dapat memberi wawasan dan pengetahuan baru bagi penulis tentang informasi keseluruhan pelayanan yang diterapkan pada PT. Bank Syariah KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan.
- b. Bagi PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan banyak masukan, ide dan sumber informasi bagi pihak PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan dalam meningkatkan pelayanan *frontliner* agar dapat memberikan kepuasan bagi nasabahnya serta untuk mempertahankan pelayanan yang menguntungkan dimasa kini dan masa yang akan datang.

c. Bagi akademis

Sebagai bahan referensi untuk penelitian dibidang pelayanan jasa dimasa akan datang dan sebagai bahan untuk menambahkan khazanah pustaka dibidang pelayanan *frontliner* berdasarkan penerapan yang ada dalam kenyataan.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Pelayanan (*service*) *Frontliner*

1. Defenisi Pelayanan (*service*)

Kemajuan teknologi mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan mampu mendapat kepercayaan dari pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas.¹¹

Pelayanan menurut bahasa adalah perbuatan, yaitu perbuatan untuk menyediakan segala yang diperlukan orang lain atau pelanggan.¹²

Sedangkan menurut istilah terdapat beberapa defenisi, antara lain :

- a. Pelayanan adalah proses penemuan kebutuhan melalui aktifitas orang lain yang berlangsung.¹³
- b. Pelayanan pelanggan Menurut Kotler ialah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan apapun.¹⁴
- c. Menurut Wyckof, pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.¹⁵

¹¹ Rambat Lupioyadi, *Manajemen Pemasaran jasa* (Jakarta : Salemba Empat, 2001), hal 144

¹² Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa DEBDIBUD, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Jakarta, Balai Pustaka, 1990), hal 115

¹³ Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2002), hal 17

¹⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Penerjemah Drs. Jaka Wasana. MSM (Jakarta : Erlangga, 1999), hal 83

¹⁵ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Malang, Bayu Media, 2005), hal 260

Maka pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi pelayanan, yakni jasa yang diharapkan dan jasa yang dipersepsikan. Maka pelayanan berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sehingga pelayanan perbankan dapat diartikan kegiatan bank dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sehingga pada akhirnya diharapkan dapat menciptakan kepuasan bagi nasabah itu sendiri.

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan pada pelanggan atau nasabah yang ditawarkan memerlukan pelayanan dari karyawan perusahaan. Hanya saja pelayanan yang diberikan terkadang berbentuk langsung atau tidak langsung. Untuk produk bank ada yang memerlukan layanan langsung seperti penyetoran uang tunai atau produk lain. Dalam pelayanan tersebut ada yang memerlukan penjelasan, baik sekedar atau secara rinci. Seorang karyawan bank dituntut untuk memberikan pelayanan yang dapat memuaskan nasabah, seorang petugas harus memiliki dasar-dasar lainnya. Pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap karyawan dibekali pengetahuan tentang dasar-dasar pelayanan yang sesuai dengan bidang pekerjaan yang akan dihadapinya, termasuk kemampuannya dalam menguasai pengetahuan tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan perusahaan dan produk yang ditawarkan.¹⁶

Suatu produk baik barang maupun jasa dikatakan berkualitas apabila produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Berdasarkan perspektif pelanggan, pelayanan lebih dilihat sebagai pengalaman berupa transaksi inti dan pengalaman personal yang proporsinya berbeda-beda (*moment of truth*) antara output jasa, serta berkontribusi dengan berbeda-beda pengalaman masing-masing pelanggan (individu).

Pelayanan atau jasa yang diberikan kepada pelanggan memiliki 4 karakteristik, seperti yang dikemukakan oleh Kotler sebagai berikut:¹⁷

¹⁶*Ibid* hal 75

1. Tidak berwujud (*intangibility*)

Artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar atau dicium, sebelum dibeli. Maksudnya orang yang menggunakan jasa tersebut yang mampu merasakan, sedangkan orang yang tidak menggunakan tetapi hanya bisa menduga dengan berdasarkan harga, orang atau peralatan yang bisa dilihatnya itu tidak mampu merasakan.

2. Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*)

Artinya jasa yang tergantung pada siapa yang memberikan, kapan, dimana, dan bagaimana jasa itu diberikan. Maksudnya jasa hanya dapat bernilai apabila terjadi interaksi antara penyedia dengan pelanggan yang juga merupakan fitur paling khusus dalam pemasaran jasa.

3. Mudah berubah (*variability*)

Artinya jasa tergantung pada siapa yang memberikan, demikian pada kapan dimana dan bagaimana jasa itu diberikan. Maksudnya jasa yang dirasakan oleh pelanggan akan berbeda-beda tergantung siapa yang memberikan baik dari segi waktu, tempat dan cara penyampaian jasa tersebut.

4. Tidak tahan lama (*perishability*)

Artinya jasa tidak dapat disimpan untuk dijual atau digunakan pada waktu yang akan datang. Maksudnya jasa tidak dapat ditangguhkan penggunaannya, karena permintaan yang cenderung berfluktuasi atau berubah-ubah.

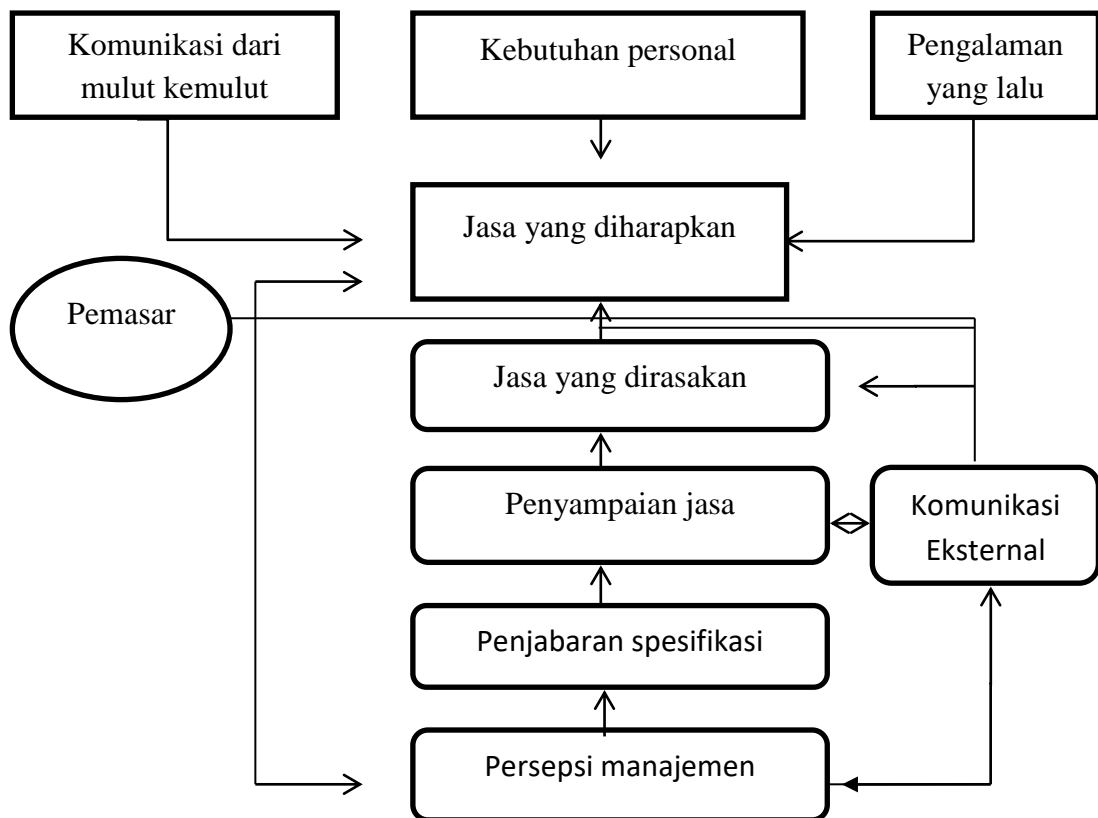
Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah keadaan dari suatu produk atau jasa yang menunjukkan kemampuan dalam bentuk aktifitas yang diberikan oleh suatu pihak yang berkonsumsi bersamaan dengan produksi tanpa menghasilkan kepemilikan atas apapun akan tetapi mampu memberikan nilai tambah dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

¹⁷ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Dasar Dasar Pemasaran, Jilid II* (Jakarta : Prenhallindo, 1996), hal 368-369

Berikut ini penggambaran model pelayanan jasa.¹⁸

Gambar 2.1

Diagram Model Pelayanan Jasa



Menurut Parasuraman dkk, faktor-faktor yang mempengaruhi dan mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya memiliki 5 dimensi, antara lain
.¹⁹

¹⁸Abdul Majid, Soharto, *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*, (Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada, 2009), hal 55

¹⁹ Parasuraman, Zeithml dan LL Berry, *SERVQUAL : A Multiple Item Scale For Meansuring Consumer Perseption of Service Quality Jurnal of Retailing* (1998), hal 62

1. *Tangibles*/ Bukti Langsung

Tangibles merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen, seperti bersih, sehat, teratur dan rapi, enak dipandang dan berpakaian rapi.

2. *Reability* / Keandalan

Reability merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu, seperti jujur, tepat waktu, aman dan tersedia.

3. *Responsiveness* / Ketanggapan

Responsiveness merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap, seperti tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, cepat memberi respon terhadap permintaan pelanggan, dan memperhatikan serta mengawasi kebutuhan pelanggan.

4. *Assurance* / Jaminan

Assurance merupakan pengetahuan dan perilaku untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsuensi jasa yang ditawarkan, seperti kompeten, percaya diri, meyakinkan dan objektif.

5. *Emphaty* / Empati

Emphaty merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, seperti penuh perhatian terhadap pelanggan, melayani dengan ramah, berkomunikasi dengan baik dan benar, serta bersikap penuh simpati.

2. *Frontliner (Customer Service, Teller, Security)*

a. *Customer Service*

Dalam ilmu manajemen *customer service* dapat dikatakan sebagai ilmu dan dapat juga dikatakan sebagai seni. Dikatakan sebagai ilmu karena *customer service* termasuk dalam bagian pemasaran dan lebih dekat kepada penjualan dan *customer service* dapat dipelajari, diajarkan dan dipraktikkan. Sedangkan *customer service* dikatakan sebagai seni dikarenakan *customer service* sangat membutuhkan unsur kreatifitas,

inisiatif dan keterampilan dalam berhubungan atau berkomunikasi dengan orang lain.

Jadi, *customer service* adalah ilmu dan seni tentang melayani pelanggan sebagai ujung tombak perusahaan yang berada digaris paling depan dan bertugas melayani pelanggan atau nasabah pada suatu perusahaan atau bank.²⁰

Tugas dan fungsi bagian *customer service* adalah sebagai berikut:²¹

- 1) Melayani pelanggan atau nasabah dalam memberikan informasi kepada nasabah tentang produk-produk, jasa dan persyaratan-persyaratan yang terkandung dari setiap jenis produk bank.
- 2) Melaksanakan tahapan awal administrasi dalam pembukuan rekening.
- 3) Memelihara hubungan yang baik dengan pelanggan atau nasabah dalam pemberian informasi.
- 4) Memberikan informasi produk-produk dan jasa bank kepada calon nasabah.

Peraturan dasar yang harus dimiliki oleh *customer service* yaitu :²²

1. Bersikap rapi dan murah senyum
2. *Customer service* sebagai perwakilan perusahaan, diharuskan untuk menjaga sikap
3. Memberikan ekspresi wajah terpercaya
4. Menyambut pelanggan atau nasabah dengan sopan dan hangat
5. Selalu mendengarkan dengan baik apa yang dikatakan pelanggan
6. Memperlakukan pelanggan atau nasabah dengan hormat dan sopan
7. Memperhatikan bahasa tubuh yang baik
8. Berbicara secara jelas teratur dan baik

²⁰*Ibid*, hal 4-5

²¹Afif, Faisal, dkk, *Strategi dan Operasional Bank* (Bambang : PT.ERESCO, 1996)
hal29

²²Abdul Majid, Soharto, *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transformasi*, hal 62-63

9. Meja kerja, counter dan ruangan harus bersih dan rapi
10. Menguasai pengetahuan tentang pekerjaan dan produk-produk bank dengan baik

b. *Teller*

Sistem *teller* adalah suatu rangkaian kerja pelayanan kepada nasabah di *counter* yang sebagian besar dari proses kerjanya diselesaikan sendiri oleh *teller* yang bersangkutan tanpa melalui prosedur kerja yang biasanya ditempuh dalam sistem kasir. *Teller* adalah karyawan bank yang bertanggung jawab terhadap lalu lintas uang tunai.²³

Teller disebut juga kuasa kas terbatas karena dalam jumlah uang terbatas karyawan bank tersebut dapat bertindak secara langsung untuk melakukan transaksi.

Dalam penerapan sistem *teller* terdapat beberapa jenis *teller*, yaitu:²⁴

1. *Corporate Teller* adalah *teller* yang hanya melaksanakan pembayaran kepada dan menerima setoran dari nasabah perusahaan.
2. *Individual Teller*, jenis *teller* ini adalah yang hanya melaksanakan pembayaran kepada nasabah perorangan dan menerima setoran dari nasabah perorangan.
3. *Noncash Teller* merupakan *teller* yang hanya melaksanakan penerimaan setoran non tunai.
4. *Foreign Exchange Teller*, *teller* yang hanya melaksanakan pembayaran dan menerima setoran tunai valuta asing.
5. *Local Currency Teller*, *teller* yang melaksanakan pembayaran dan penerimaan setoran tunai dalam mata uang setempat.

²³Afif, Faisal, dkk, *Strategi dan Operasional Bank*, hal 30

²⁴*Ibid*, hal 31

6. *Express Teller*, *teller* yang hanya melaksanakan pembayaran tunai dibawah nilai nominal tertentu.
7. *Mixed Transaction Teller*, *teller* yang melaksanakan segala macam jenis transaksi.
8. *Special Teller*, *teller* yang hanya melaksanakan pembayaran dan penerimaan setoran dengan nilai nominal yang sangat besar.

Dalam pelaksanaannya, sistem *teller* ditunjang oleh sistem manual dan sistem komputer yang menyebabkan pekerjaan *teller* semakin cepat karena beberapa informasi dapat disajikan oleh komputer, sehingga beberapa jenis pekerjaan dapat dilakukan dalam waktu singkat sebelum melakukan transaksi dengan nasabah.

Berikut adalah tugas dan pekerjaan *teller*, yaitu :²⁵

1. Memeriksa identitas nasabah (petugas counter)
2. Meneliti keabsahan tanda tangan dan warkat (petugas *Specimen*)
3. Mengesahkan tanda terima setoran dalam batas wewenangnya (pejabat kas)
4. Membayar dan menerima uang tunai (kasir)
5. Menerima setoran warkat bank sendiri dan warkat bank lain (petugas counter)
6. Mencatat penerimaan dan pengeluaran tunai dan non tunai

Dalam melaksanakan system *teller* terdapat etika dan peraturan *teller*, yaitu :²⁶

1. Penampilan
Sebaiknya *teller* menggunakan seragam sehingga ada kesan satu kesatuan dan merupakan ciri khas dari bank yang bersangkutan.
2. Kepribadian yang menarik

²⁵*Ibid*, hal 33

²⁶*Ibid*, hal 34

Sikap atau pembawaan yang ramah, hormat dan bersahabat terhadap nasabah merupakan keharusan bagi *teller*.

3. Pelayanan yang cepat dan tepat, menghindarkan nasabah menunggu terlalu lama
4. Menjaga kerahasiaan bank dan kerahasiaan nasabah
5. *Teller* tidak dibenarkan makan, membawa tas, menggantungkan baju dalam ruangan *teller*.
6. Setiap *teller* hanya melayani transaksi di counter, bila pelayanan tidak dapat diterima di counter maka harus mendapatkan izin dari *teller* kepala.

Alat kerja yang dapat menunjang tugas atau pekerjaan *teller*, tanpa mengabaikan faktor keamanan adalah sebagai berikut :²⁷

1. Sinar *Ultraviolet*, yaitu alat pemeriksa keabsahan dokumen dan surat berharga lainnya
2. Mesin penghitung uang kertas atau uang logam
3. Mesin hitung kalkulator, *tellstrook machine*
4. *Cash box, teller's box, boks teller*

Merupakan boks yang terkunci khusus digunakan untuk menyimpan uang tunai, biasanya disimpan diruangan *counter* saat *teller* bekerja yang sepenuhnya merupakan tanggung jawab *teller*

5. *Speciment* atau kartu contoh tanda tangan

Digunakan untuk melakukan percocokan (*verifikasi*) tanda tangan yang terdapat pada *house check* yang disodorkan pada nasabah

6. *Validating machine*

Digunakan untuk melangsir setiap transaksi yang masuk melalui *counter* sesuai dengan kode *teller* masing-masing *voucher* atau bukti yang tidak dilegalisir dengan alat ini dianggap tidak sah.

²⁷*Ibid*, hal 35-37

7. *Card dex*

Falling equipment untuk menyimpan *sip payment order* (penarikan atas nama rekening yang tidak dapat dibayar secara keseluruhan) atau daftar warkat-warkat yang dibatalkan oleh nasabah atau dinyatakan hilang.

8. *Daftar uang palsu*

Untuk memonitor penerimaan setoran secara tunai dari nasabah dan menghindari penerimaan uang palsu.

9. *Daftar Kurs Harian*

Daftar kurs ini digunakan untuk transaksi daam valuta asing pada hari ini dan dikeluarkan oleh pejabat yang berkecimpung dalam transaksi valuta asing.

10. *Formulir-formulir kerja*

- Buku pencatatan pengambilan *cash box* dari khasanah (*vault* utama)
- Buku persediaan kas didalam khasanah (*cash vault register*)
- *Teller exchange* (bon permintaan antar teller)
- Daftar mutasi kas
- Daftar posisi kas (*rekapitulasi kas bank*)
- Daftar penerimaan / pengeluaran teller

c. Satpam (Satuan Pengaman) atau *security*

Satpam yang merupakan dari satuan pengamanan adalah satuan kelompok petugas yang dibentuk oleh instansi proyek atau badan usaha untuk melakukan keamanan fisik (*physical security*) dalam rangka menyelenggarakan keamanan swakarsa dilingkungan kerjanya.²⁸

Dalam pelaksanaan tugasnya anggota satpam berperan sebagai :

1. Unsur pembantu pimpinan institusi/proyek badan usaha dibidang keamanan dan ketertiban lingkungan kerja

²⁸<http://id.wikipedia.org/wiki/satuanpengamanan> (Diakses Pada Tanggal 04-Februari-2017 Pada Pukul 11.34 WIB)

2. Unsur pembantu Kepolisian Negara dibidang penegakan hukum dan waspada keamanan (*security minded*) dilingkungan kerjanya
3. Mengatur parkir kendaraan nasabah yang baik
4. Memandu nasabah kedalam bank
5. Mengarahkan nasabah untuk mendapatkan informasi tentang produk/brosur/slip transaksi/nomor antrian.

Dalam hal pelayanan dilingkungan bank, satpam biasanya membantu nasabah dalam menunjukkan contoh penulisan formulir yang benar, memberikan informasi tentang produk dan pelayanan bank.

B. Kepuasan Nasabah (*Customer Satisfaction*)

1. Defenisi Kepuasan

Kepuasan atau *satisfaction* dari bahasa latin “*satis*” (artinya cukup baik memadai) dan “*fakto*” (melakukan atau membuat) secara sama kepuasan dapat diartikan sebagai pemenuhan sesuatu yang memadai.²⁹

Sedangkan menurut Kotler, kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk atau jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan.³⁰ Pengertian lain dari kepuasan adalah hasil penilaian konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.³¹

Jadi kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan, jika kinerja dibawah harapan nasabah, maka nasabah akan tidak puas, apabila kinerja sesuai harapan maka nasabah akan merasakan puas, dan apabila kinerja melampaui harapan maka nasabah akan merasa sangat puas, senang dan bahagia.

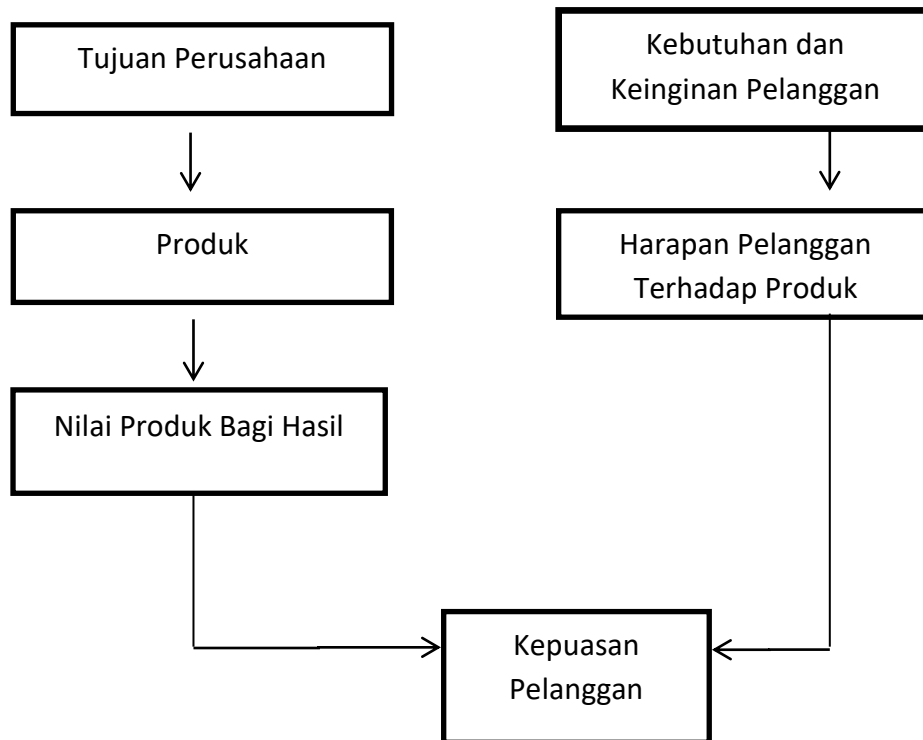
²⁹Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Malang : Bayumedia Publishing, 2005) hal,349

³⁰Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisa Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Terjemahan Hendra Teguh dan A.Rauli (Jakarta: Prenhallindo 1997), hal 36

³¹Hendi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*(Jakarta : PT.ELEX Media Komputindo 2002), hal 3

Gambar. 2.2

Diagram Konsep Kepuasan Pelanggan³²



Kepuasan pelanggan atau nasabah telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta salah satu tujuan pokok bagi aktifitas bisnis. Kepuasan pelanggan atau nasabah berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatkan reputasi kepada perusahaan, berkurangnya biaya transaksi masa depan dan meningkatnya efisiensi dan produktifitas karyawan. Di samping itu fakta yang menarik bahwa pelanggan baru jauh lebih mahal dari pada mempertahankan pelanggan pada saat ini juga memicu meningkatkan perhatian pada kepuasan pelanggan.

Howard dan Sherih mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau tidak kesepadanan antara hasil yang didapat dengan pengorbanan yang dilakukan. Wikkie mendefenisikan kepuasan pelanggan atau nasabah sebagai tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumen suatu produk atau jasa.

³²Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003) hal, 24

Sementara itu, *engel et all* menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan atau nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasilnya tak memenuhi harapan.³³

Dalam buku teks standar marketing yang ditulis oleh Kotler dan banyak dijadikan acuan, sang maha guru pemasaran menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Pada prinsipnya, definisi kepuasan pelanggan dapat diklarifikasikan kedalam lima kategori pokok yaitu :³⁴

- a. Perspektif defisit normatif, yang perbandingan antara hasil aktual dengan hasil secara kultural dapat diterima.
- b. Ekuitas/keadilan, yaitu perbandingan perolehan keuntungan yang didapatkan dari pertukaran sosial. Bila perolehan tersebut tidak sama maka pihak yang dirugikan akan tidak puas.
- c. Standar normatif, yaitu perbandingan antara hasil aktual dengan ekspektasi standar pelanggan yang dibentuk dari standar pengalaman dan keyakinan mengenai tingkat kinerja yang seharusnya ia terima dari merek tertentu.
- d. Keadilan prosedural, yaitu kepuasan merupakan fungsi dari keyakinan/persepsi konsumen bahwa ia telah diperlakukan secara adil.
- e. Antribusional, yaitu kepuasan tidak hanya diperoleh dengan ada tidaknya diskonfirmasi harapan, melainkan juga oleh sumber penyebab diskonfirmasi itu sendiri.

³³Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, hal 349

³⁴*Ibid*, hal 351

1. Pengukuran Tingkat Kepuasan Nasabah

Menurut kotler, ada 4 metode pengukuran kepuasan pelanggan yaitu :³⁵

a. Sistem keluhan dan saran

Metode ini untuk memantau kepuasan pelanggan dengan cara memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan. Media yang digunakan dapat berupa kotak saran, kartu komentar dan saluran telepon bebas pulsa.

b. Survei kepuasan nasabah

Umumnya penelitian mengenai tingkat kepuasan pelanggan banyak dilakukan melalui metode survei dengan mengajukan pertanyaan (*kuesioner*) kepada para pelanggan. Melalui survei, perusahaan akan mendapatkan tanggapan dan umpan baik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menanti perhatian terhadap pra nasabah.

c. *Ghost shopping*

Metode ini dilakukan dengan cara mempekerjakan orang untuk berpura-pura menjadi pelanggan, kemudian pelanggan bayaran tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kelemahan dan kekuatan dalam melayani pelanggan. Selain itu juga, ia dapat mengamati atau menilai cara perusahaan dalam menanggapi setiap keluhan.

d. *Last Customer Analysis*

Merupakan metode memantau kepuasan dengan cara menghubungi pelanggan yang telah berhenti menjadi pelanggan atau beralih keperusahaan pesaing. Mereka dihubungi untuk memperoleh informasi tentang penyebab berhenti menjadi pelanggan.

³⁵Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisa, Perencanaan, Implementai dan Kontrol*, hal 68

2. Faktor-faktor yang Menentukan Kepuasan Nasabah

Untuk memuaskan nasabah perlu diketahui faktor-faktor yang menentukan tingkat kepuasan nasabah. Menurut Hendi Irawan ada lima faktor yang menentukan tingkat kepuasan nasabah, yaitu :³⁶

a. Kualitas Produk

Pelanggan merasa puas jika setelah membeli dan menggunakan produk dan ternyata produk yang digunakan berkualitas. Ada beberapa elemen kualitas produk, yaitu *performance, durability, feacur, reability, costitency dan design*.

b. Harga

Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak selektif terhadap harga.

c. Pelayanan berkualitas

Pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan apa yang diharapkan. Salah satu konsep kualitas pelayanan yang paling populer adalah *Servqual* yang dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zeithaml. Berdasarkan konsep ini, kualitas pelayanan mempunyai lima defenisi, yaitutangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathaty.

d. Faktor emosional

Pelanggan yang merasa bangga dan yakin orang lain kagum terhadap dia apabila menggunakan produk mereka tertentu cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

e. Biaya dan Kemudahan untuk Mendapatkan Produk atau Jasa

Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Hal ini disebabkan pelanggan tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan produk atau jasa.

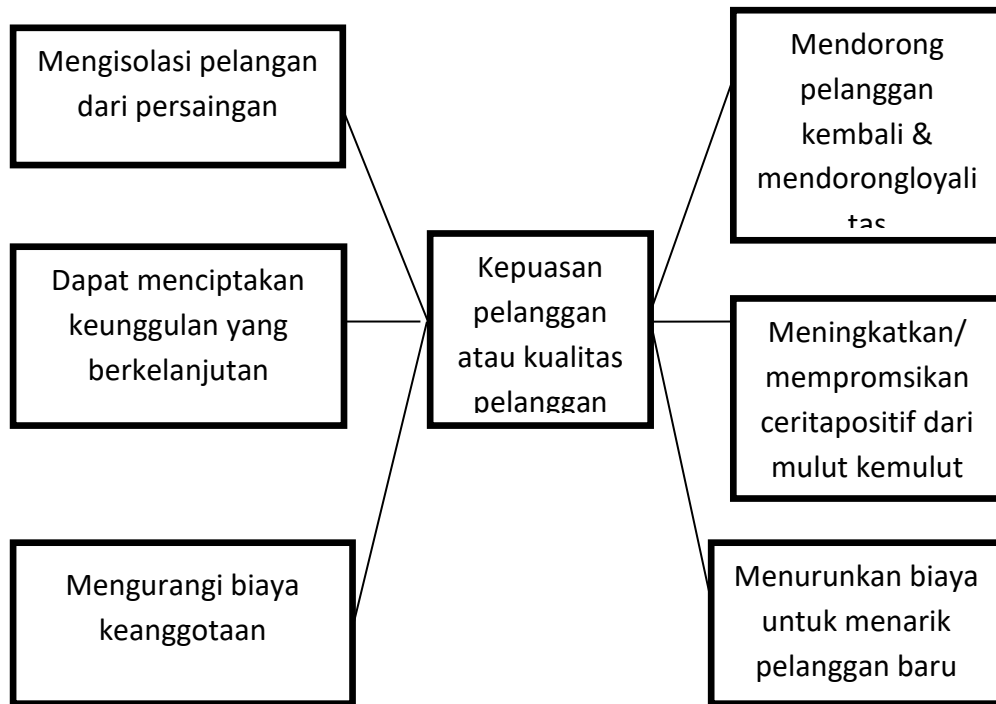
³⁶Hendi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, hal 37

3. Manfaat Kepuasan Pelanggan

Menurut Lovelock dan Lauren, manfaat kepuasan pelanggan ada 6, seperti gambar berikut :

Gambar 2.3

Diagram Manfaat Kepuasan Pelanggan ³⁷



Kepuasan pelanggan banyak memberikan manfaat bagi perusahaan dan tingkat kepuasan pelanggan yang semakin tinggi akan menghasilkan loyalitas pelanggan yang lebih besar. Dalam jangka panjang akan lebih menguntungkan mempertahankan pelanggan dari pada terus-menerus menarik dan membina pelanggan baru untuk menggantikan posisi pelanggan yang telah pergi.

³⁷Lovelock dan Lauren, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta : Indeks, 2015)

4. Aspek-aspek Kepuasan Nasabah

Aspek dalam meningkatkan kepuasan nasabah adalah :³⁸

a. *Tangible*

Nasabah akan merasakan kepuasan tersendiri apabila ia menabung pada sebuah bank yang memiliki bukti fisik yang menarik. Seperti gedung yang bagus, perlengkapan kantor yang lengkap, karyawan yang kompeten, sarana komunikasi yang baik, dan sarana fisik-fisik lainnya yang menarik. Bukti fisik ini akan terlihat secara langsung oleh nasabah. Oleh karena itu, bentuk fisik sebuah bank hendaknya harus menarik dan modern.

b. *Responsiveness*

Nasabah akan merasakan kepuasan apabila karyawan bank memberikan pelayanan tanpa membedakan kepada nasabah. Hal ini tentunya harus didasarkan dengan adanya keinginan dan kemauan karyawan bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Untuk itu pihak manajemen bank perlu memberikan motivasi yang besar atas seluruh karyawan bank dan mendukung kegiatan pelayanan kepada nasabah tanpa pandang bulu.

c. *Assurance*

Nasabah akan merasakan puas apabila karyawan bank yang melayani memiliki pengetahuan yang kompeten dan mempunyai sifat atau perilaku yang dapat dipercaya. Hal ini sangat penting agar nasabah yakin transaksi yang mereka lakukan benar dan tepat sasaran.

d. *Realibility*

Nasabah akan merasakan puas apabila karyawan bank dapat memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan cepat, akurat serta sesuai dengan apa yang diinginkan nasabah. Guna mendukung hal ini, maka setiap karyawan bank sebaiknya diberi pelatihan dan pendidikan guna meningkatkan kemampuan.

³⁸Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisa, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, hal 67-68

e. *Emphaty*

Nasabah akan merasakan puas apabila karyawan bank mampu memberikan kemudahan serta dapat menjalin hubungan dengan nasabah secara efektif. Apalagi jika karyawan bank mampu memahami kebutuhan individu setiap nasabahnya secara cepat dan tepat. Dalam hal ini dihubungkan dengan pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah.

C. Tinjauan Islam

Dalam kaidah Qawa'id fiqiniyah menyatakan bahwa :

أَصْلُ فِي الشُّرُوطِ فِي الْمَعَامَلَاتِ الْحِلُّ وَالْإِبَاحَةُ إِلَّا بِدَلِيلٍ

Artinya :

"Hukum asal menetapkan syarat dalam muamalah adalah halal dan diperbolehkan kecuali ada dalil (yang melarangnya)".³⁹

Dalam ibadah, kaidah hukum yang berlaku adalah bahwa semua hal dilarang, kecuali yang ada ketentuannya berdasarkan Al-Quran dan Al-Hadits. Sedangkan dalam urusan bermuamalah, semua diperbolehkan kecuali ada dalil yang melarangnya. Ini berarti kita boleh melakukan transaksi apapun kecuali yang dilarang.

Perusahaan perbankan khususnya perbankan syariah, setiap berhubungan dengan para nasabah atau calon nasabah memperhatikan hukum-hukum Islam yang berkaitan dengan akad. Adapun yang harus diperhatikan dalam memasarkan produk yang sesuai dengan syariat Islam adalah :

³⁹<http://pengusaha.muslim.com/5013-kaidah-dalam-fiqh-jul-beli-bagian-08> (Diakses Tanggal 2 Oktober Pkl. 11.23 Wib)

- a. Setiap transaksi dalam Islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak (sama-sama ridho), jadi dalam memasarkan produknya tidak boleh ada unsur paksaan kepada nasabah atau calon nasabah.⁴⁰
- b. Setiap hubungan dengan para nasabah atau calon nasabah, harus menjelaskan tentang produk-produk yang ditawarkan secara detail tanpa menutup-nutupi hal sebenarnya, Allah SWT berfirman :

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ
 الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٢﴾ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ
 مُفْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾

Artinya :

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan, dan timbanglah yang harus dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.”⁴¹ (Qs.As-syua’raa : 181-183)

- c. Kejujuran komunikasi, aspek kejujuran komunikasi didasarkan pada data dan fakta. Dalam Al-Quran kejujuran dapat diistilahkan dengan *amanah*, *ghair al takhzzib*, *shidddiq*, dan *al Haq*. Dengan dasar-dasar etika seperti istilah-istilah tersebut, maka seseorang tidak akan berkomunikasi secara dusta.⁴²
- d. Berbuat adil yaitu dengan cara tidak bertindak melampaui batas atau mengambil keuntungan yang tidak pantas dari keseluruhan atau dari kemalangan orang. Keadilan tidak hanya berwujud ketika memperoleh keuntungan, namun dalam kondisi rugi pun keadilan tetap dituntut

⁴⁰Adi Warman Karim, *Bank Islam Analisa Fiqih dan Keuangan* (Jakarta : PT. Raja Garfindo Persada, 2014) hal, 25

⁴¹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Jakarta : PT.Insan Media Perkasa.

⁴²Armawati Arbi, *Dakwah dan Komunikasi*, cet 1, (Jakarta : UIN jakarta Press, 2003), hal 251

karena rugi bukan berarti kita harus menginjak-injak hak orang lain demi menutupi kerugian itu.

Allah SWT Berfirman :

إِنَّا أَنزَلْنَاهُ قُرْآنًا عَرَبِيًّا لَّعَلَّكُمْ تَعْلَمُونَ ۚ وَإِن مِّن مِّن شَيْءٍ إِلَّا عَلَيْنَا نَزْلَانِ ۚ
عَمَّا يَعْظُمُ بِهَا إِنَّا فَتْنَنَاهُمْ بِمَا كَانُوا يَكْفُرُونَ ﴿٥٨﴾

Artinya :

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat”.⁴³ (Qs. An-Nissa : 58)

- e. Cara berpakaian dan tingkah laku dari para karyawan adalah cermin bahwa mereka bekerja dalam sebuah lembaga keuangan yang membawa nama Islam, sehingga tidak ada aurat yang terbuka dan tingkah laku yang kasar. Demikian pula dalam menghadapi nasabah, akhlak senantiasa harus senantiasa terjaga.⁴⁴ Persoalan model dan bentuk pakaian, Islam tidak pernah membatasinya. Syariat Islam memberikan kesempatan berkreasi untuk merancang model yang disukai sepanjang pakaian yang dipakai itu menutup aurat, sopan dan tidak merangsang bagi yang melihatnya.⁴⁵
- f. Kebersihan adalah dasar pokok dalam Islam, dan kebersihan tidak dapat dipisahkan. Kebersihan meliputi segala sesuatu, baik ucapan maupun perbuatan atau lain sebagainya.⁴⁶

⁴³Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Jakarta : PT.Insan Media Perkasa.

⁴⁴Muhammad Syafi'i Amtonio, *Bank Syariah : Suatu Pengenalan Umum*, (Jakarta : CV. Institute, 2000) hal, 197

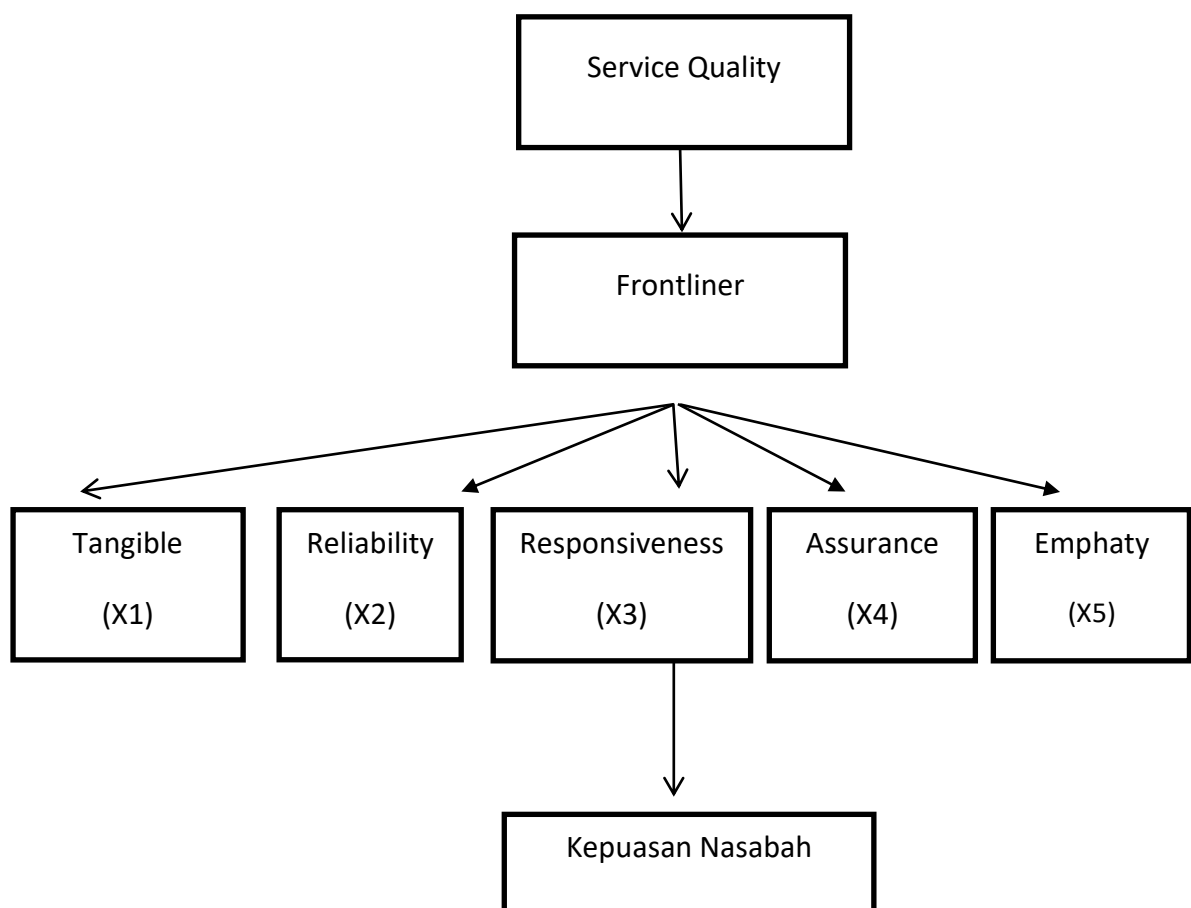
⁴⁵Helmi Karim, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta : Rajawali Pers, 1992), hal 143

⁴⁶Fuad M.Fachruddin, *Aurat dan Jilbab Dalam Pandangan Mata Islam*, (Jakarta : CV.Pedoman ilmu Jaya), hal, 68

D. Kerangka Teoritis

Kerangka pemikiran teoritis adalah suatu gambaran tentang hubungan variabel dalam suatu penelitian yang diuraikan oleh jalan pikiran menurut kerangka yang logis. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran



E. Kajian Terdahulu

Dalam penyusunan skripsi ini, langkah awal yang penulis ambil adalah mengkaji terhadap pustaka-pustaka yang telah ada penulis mengadakan penelitian lebih lanjut dan menyusunnya menjadi suatu karya ilmiah. Secara umum, penelitian yang memiliki judul hampir sama dengan yang penulis ini telah dilakukan oleh banyak peneliti sebelumnya. Adapun diantara para peneliti tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Ariyanti Sumarno “Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Loyalitas Nasabah pada bank BTN Syariah Cabang Bandung”⁴⁷

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *frontliner* secara keseluruhan sebesar 3,82 yang artinya kualitas pelayanan dinilai baik. Loyalitas nasabah secara keseluruhan 3,40 artinya loyalitas nasabah dapat dinilai cukup tinggi. Adapun pengaruh kualitas pelayanan *frontliner* terhadap loyalitas nasabah tinggi dapat terlihat dari nilai R square sebesar 0,788. T dihitung $> t_{table} = 18,994 > 1,985$. Sedangkan besarnya sig hitung adalah 0,00 karena $0,00 > 0,05$ maka H_0 ditolak. Artinya kualitas pelayanan *frontliner* berpengaruh tinggi terhadap loyalitas nasabah sebesar 78,8 %.

2. Indrany (2010) “Analisis Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa Puskesmas terhadap Kepuasan Konsumen studi kasus pada Puskesmas Gunung Pati Semarang”.⁴⁸ Dengan menggunakan metoda berganda dapat disimpulkan bahwa variabel bukti langsung berpengaruh positif dan signifikan, kehandalan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, jaminan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan kepuasan konsumen, daya tanggap berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen dan empati tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

⁴⁷Ariyanti Sumarno “Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BTN Syariah Cabang Bandung”, (Skripsi 2013)

⁴⁸Indrany “Analisis Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa Puskesmas terhadap Kepuasan Konsumen studi kasus pada Puskesmas Gunung Pati Semarang”, (Skripsi 2010)

3. Penelitian Mei Andikan(2012) berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada Minimarket Alfamart Di Kota Malang”.⁴⁹ Tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang membuat pelanggan puas dan bertahan untuk tetap belanja di Alfamart kota Malang. Dengan metode analisis kuantitatif, dengan pendekatan analisis faktor. Dari 17 sub variabel (indikator) dapat direduksikan menjadi 5 faktor. Yaitu faktor 1 (faktor biaya), faktor 2 (faktor kualitas pelayanan), faktor 3 (kualitas produk), faktor 4 (harga) dan faktor 5 emosional).

Perbedaan penelitian yang dilakukan penulis dengan penelitian terdahulu adalah penulis mengkaji mengenai kualitas pelayanan *frontliner* (*customer service, teller dan security*) dan tingkat kepuasan nasabah bertransaksi di perbankan studi kasus PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan.

⁴⁹Mei Andikan, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada Minimarket Alfamart Di Kota Malang”, (Skripsi 2012)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol fenomena sosial melalui pengukuran objektif dan analisis numerik atau analisis terhadap variasi angka-angka.⁵⁰

Penulis dalam hal ini mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengukuran data yang pokok.⁵¹

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Kantor PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan dan waktu penelitian dilakukan pada bulan agustus 2017.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari nasabah yang melakukan setor tunai dan pembuatan rekening baru yang dilayani oleh *frontliner*.

⁵⁰Lexy J Moleong, “*Metode Penelitian Kuantitatif*” (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2007) cet ke-23, hal 31

⁵¹Masri Singarimbun dan Sofian Efendi, “*Metodelogi Penelitian Survei*”(LP3ES,1995), cet ke-2, hal 3

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.⁵² Populasi adalah keseluruhan dari unit analisis yang diperoleh berdasarkan ciri-ciri yang diduga dari sampel yang hendak digeneralisasikan atau dianalisis secara umum.⁵³ Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang melakukan setor tunai dan pembuatan rekening baru pada bulan agustus 2017 di PT. Bank Syariah Mandiri KCPIskandar Muda Medandan PT.Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan yang masing-masing berjumlah 100 nasabah dari setiap bank. Tujuan ditetapkannya populasi adalah untuk menghindari kesalahan generalisasi kesimpulan.

2. Sample

Dalam penelitian ini penulis mengambil sample dengan berpaduan pada pendapat Suharsimi yang mengatakan apabila subjek kurang dari 100 lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Tetapi jika jumlah subyeknya besar, dapat diambil antara 10% - 15% atau 20% - 25% atau lebih tergantung setidak-tidaknya dari kemampuan peneliti dilihat dari segi waktu, tenaga dan dana.

Tekhnik pengambilan sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan tekhnik *Non Probability Sampling*, yaitu mengambil sample yang tidak memberi peluang dan kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi

⁵²*ibid*, hal 161

⁵³Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung, Alpha Betta, 2007), cet-13, hal 73

untuk dipilih menjadi sample.⁵⁴ Metode *Non Probability sampling* yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu teknik pengumpulan sampel dengan memilih respon secara kebetulan dan cocok sebagai sumber data dengan berbagai pertimbangan, yaitu responden yang merupakan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT.Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan.

Perhitungan besaran sample ini menggunakan rumus Slovin.⁵⁵

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{N(e)^2+1} \\&= \frac{100}{100(0,1)^2+1} \\&= 50 \text{ orang}\end{aligned}$$

Keterangan : n= jumlah sample

N=jumlah populasi

e= eror (kesalahan yang diterima

⁵⁴Ronny Kuantor, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta : CV Tanina Gravica, 2003) cet ke 1, hal 57

⁵⁵M.Burhan Bungin, *Metedologi Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta : Kencana, 2005), hal 105

Sehingga, berdasarkan hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel yang diteliti berjumlah 50 orang nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan 50 orang nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan.

E. Variabel Penelitian

Variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel bebas (*independen*) penelitian ini adalah pelayanan *frontliner* (variabel X) yang terdiri dari X^1 =Bukti Fisik, X^2 =Kehandalan, X^3 =Daya tanggap, X^4 =Jaminan, X^5 =Perhatian Individu.

Variabel terkait (*dependen*) dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah (variabel Y) PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan.

F. Defenisi Operasional dan Indikator Variabel Penelitian

Tabel. 3.1

Defenisi Operasional dan Indikator Penelitian

Konsep	Variabel	Indikator	Defenisi Operasional	Item
X1	<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	atribut-atribut jasa yang dapat dilihat	Upaya meningkat pelayanan <i>frontliner</i> yaitu perusahaan harus	1. apakah anda puas dengan ruang pelayanan petugas <i>frontliner</i> ?

		secara nyata.	memperhatikan beberapa hal yang diantaranya yaitu biaya pelayanan, fasilitas kantor, keberhasilan, sikap dan penampilan petugas	<p>2. Apakah anda puas dengan sarana serta parkir ?</p> <p>3. Apakah anda puas dengan situasi meja atau counter petugas <i>frontliner</i>?</p> <p>4. Apakah anda puas dengan penampilan petugas <i>frontliner</i> ?</p> <p>5. Apakah anda puas dengan petugas <i>frontliner</i>?</p>
X2	<i>Reliability</i> (kehandalan)	Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan tepat, akurat dan terpercaya	Upaya meningkatkan pelayanan <i>frontliner</i> yaitu perusahaan harus memperhatikan beberapa hal diantaranya yaitu prosedur pelayanan yang tidak panjang dan tidak rumit, kepercayaan nasabah	<p>1. Apakah anda puas dengan kemudahan dalam prosedur pelayanan petugas <i>frontliner</i> ?</p> <p>2. Apakah anda puas dengan petugas <i>frontliner</i> memiliki pengetahuan yang memadai mengenai perbankan ?</p> <p>3. Apakah anda puas terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh petugas <i>frontliner</i> ?</p> <p>4. Apakah anda puas dengan ketersediaannya slip-slip</p>

				transaksi pada bank ? 5. Apakah anda puas dengan petugas <i>frontliner</i> yang mampu menerima kritik dan saran anda dengan baik ?
X3	<i>Responsiveness</i> (Daya Tangkap)	Keinginan pegawai untuk tannggap membantu para nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat, dengan disertai penyampaian jasa yang jelas.	upaya meningkatkan pelayanan yaitu perusahaan harus memperhatikan beberapa hal diantaranya yaitu waktu penyelesaian masalah nasabah dengan pengurus <i>frontliner</i> dan hubungan emosional secara langsung antara petugas bank dengan nasabah.	1. Apakah anda puas dengan petugas <i>frontliner</i> yang mampu melakukan transaksi dengan cepat dan tepat ? 2. Apakah anda puas dengan petugas <i>frontliner</i> yang mampu memberikan informasi yang anda butuhkan ? 3. Apakah anda puas dengan petugas <i>frontliner</i> yang tanggap terhadap kebutuhan nasabah ? 4. Apakah anda puas dengan petugas <i>frontliner</i> yang cepat memberi respon terhadap permintaan nasabah ? 5. Apakah anda puas dengan petugas <i>frontliner</i> dalam mengatasi kebutuhan nasabah ?
X4	<i>Assurance</i> (jaminan)	Pengetahuan, kesopanan santunan, dan	Upaya meningkatkan pelayanan <i>frontliner</i> yaitu perusahaan harus memperhatikan beberapa hal	1. Apakah anda puas dengan jaminan yang kompeten yang telah diberikan oleh bank ?

		kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya nasabah kepada perusahaan.	diantaranya yaitu pengetahuan petugas <i>frontliner</i> , perilaku dan perhatian petugas kepada nasabah	<p>2. Apakah anda puas dengan Biaya administrasi bulanan ?</p> <p>3. Apakah anda puas dengan keamanan menabung uang anda ?</p> <p>4. Apakah anda puas setiap kalibertransaksi ?</p> <p>5. Apakah anda puas dengan tanggung jawab yang telah diberikan petugas <i>frontliner</i> ?</p>
X5	<i>Emphaty</i> (perhatian individu)	Kemudahan dalam menjalani relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahan atas kebutuhan individu para pelanggan dengan berupaya memahami	Upaya meningkatkan pelayanan <i>frontliner</i> yaitu perusahaan harus memperhatikan beberapa hal diantaranya yaitu memahami kebutuhan nasabah, turut merasakan apa yang dikeluhkan nasabah dan pertanggung jawaban petugas atas transaksi yang dilakukan.	<p>1. Apakah anda puas dengan sikap petugas <i>frontliner</i> yang baik dan ramah dari bank ?</p> <p>2. Apakah anda pas dengan petugas <i>frontliner</i> yang dapat dihubungi kapan saja jika dibutuhkan ?</p> <p>3. Apakah anda puas dengan petugas <i>frontliner</i> yang mampu melakukan hubungan interaktif</p>

		keinginan konsumen.		dengan nasabah ? 4. Apakah anda puas dengan petugas <i>frontliner</i> mampu bersikap simpati terhadap masalah anda ? 5. Apakah anda puas dengan petugas <i>frontliner</i> yang dapat berkomunikasi dengan baik dan benar ?
Kepuasan Nasabah (<i>Customer Satisfaction</i>) (Variabel Y)		Adanya keseimbangan antara harapan nasabah dengan pelayanan yang ada	Upaya memberi kepuasan kepada nasabah dengan memberikan pelayanan yang sesuai seperti memperhatikan produk, harga, pelayanan, faktor emosional, kemudian untuk mendapatkan produk atau jasa.	1. Apakah anda puas dengan kemampuan petugas <i>frontliner</i> dalam menyelesaikan masalah anda ? 2. Apakah anda puas dengan pelayanan yang diberikan oleh petugas <i>frontliner</i> yang melayani anda dengan ramah ? 3. Apakah anda puas dengan

				<p>petugas <i>frontliner</i> yang beroperasi sesuai dengan harapan anda ?</p> <p>4. Apakah anda puas dengan keluhan anda yang direspon dengan suatu tindakan oleh petugas <i>frontliner</i> ?</p> <p>5. Apakah anda puas dengan pelayanan petugas <i>frontliner</i> dan tidak berkeinginan berpindah pada bank lain ?</p>
--	--	--	--	---

G. Metode Analisis Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode skala. Azwar (2005), mendefenisikan skala sebagai daftar pernyataan yang akan mengungkapkan performasi yang menjadi karakter tipikal pada subjek yang diteliti, yang akan dimunculkan dalam bentuk respon-respon terhadap situasi yang dihadapi. Skala yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada model skala likert. Azwar (2005) menyatakan bahwa model *skala likert* adalah metode penskalaan pernyataan individu yang menggunakan distribusi respon sebagai dasar penentu nilai skornya. Dalam penelitian skala yang digunakan dalam pengumpulan data adalah skala pelayanan/jasa dari *frontliner* petugas bank. Pada skala tersebut terdapat 5(lima) kategori jawaban dan masing-masing kategori itu memiliki nilai-nilai tertentu diantaranya :

Sangat Puas	= 5
Puas	= 4
Cukup Puas	= 3
Tidak Puas	= 2
Sangat Tidak Puas	= 1

Setelah dilakukan perhitungan atas hasil kuesioner pengolahan data kuantitatif yang didapat mengenai pelayanan *frontliner* (*Tangible, reability, responseveness, assurance* dan *emphaty*) dan kepuasan nasabah, digunakan pengujian analisis regresi linear berganda dengan menggunakan *software SPSS 16 for windows. software* ini digunakan untuk mengolah variabel analisa yang diperoleh melalui kuesioner.

H. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode survei kuesioner. Survei kuesioner merupakan metode survei dengan menggunakan kuesioner penelitian. Kuesioner adalah “Sejumlah pertanyaan

tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui.⁵⁶

I. Teknik Analisis Data

Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan alat statistik melalui bantuan program *SPSS 16 for windows*. Adapun pengujian-pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif meliputi analisis karakteristik responden berdasarkan usia/umur, jenis kelamin dan tingkat pendidikan. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik responden yang dibagikan angket penelitian.

2. Uji Kualitas Data

Dalam penelitian ini, kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrumen kuesioner yang dievaluasi dengan uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan melakukan korelasi bilvariate antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Hasil analisis korelasi bilvariate dengan melihat output *Pearson Correlation*.⁵⁷

Kriteria pengujian validitas adalah sebagai berikut :

- 1) Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka butir pertanyaan tersebut valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.

⁵⁶Suharismi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : Rineka Cipta,2010), hal.194

⁵⁷Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Universitas Diponegoro,2005)

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Hasil uji reliabilitas kuesioner sangat tergantung pada kesungguhan responden dalam menjawab semua item pertanyaan penelitian. Uji statistik *Cronbach Alfa* (α) digunakan untuk menguji tingkat reliabel suatu variabel. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alfa $> 0,60$. Apabila alpha mendekati satu, maka reliabilitasnya semakin dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas setiap variabel dilakukan dengan *Cronbach Alpha Coefficient* menggunakan bantuan *software SPSS*.

Tabel 3.2 Interpretasi Koefisien Korelasi⁵⁸

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 sampai dengan 0,199	Sangat Rendah
0,20 sampai dengan 0,399	Rendah
0,40 sampai dengan 0,599	Sedang
0,60 sampai dengan 0,799	Kuat
0,80 sampai dengan 1,000	Sangat Kuat

⁵⁸Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta) hal, 13

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik *P-P Plot*. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Uji kenormalan juga bisa dilakukan tidak berdasarkan grafik, misalnya dengan Uji *Kolmogorov-Smirnov*.⁵⁹

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, terdapat masalah multikolinearitas yang harus diatasi.⁶⁰ Untuk menguji ada tidaknya multikolinearitas dalam suatu model regresi salah satunya adalah dengan melihat nilai toleransi dan lawannya, dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *Tolerance* < 0.10 atau sama dengan nilai *VIF* > 10. Bila nilai *Tolerance* > 0.10 atau sama dengan nilai *VIF* < 10, berarti tidak ada multikolinearitas antar variabel dalam model regresi.⁶¹

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. jika varians dari residual suatu

⁵⁹ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta : PT.Grafindo Persada, 2011), h. 181

⁶⁰Ibid, h.177

⁶¹ Imam Ghozali, *Applikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2005), h.150

pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas, sementara itu untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.⁶² Dalam penelitian ini, untuk melihat apakah dalam model regresi terdapat heteroskedastisitas digunakan pendekatan statistik melalui uji Glejser. Uji glejser meregresi nilai *absolute residual* terhadap nilai independen, jika probabilitas signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 0,05% maka dapat disimpulkan model regresi tersebut tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

4. Model Analisa Data

Secara umum, analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai variabel independen yang diketahui.⁶³

Regresi linear berganda dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dengan variabel dependen. Adapun yang ada diantara variabel persamaan umum regresi linear berganda adalah :⁶⁴

$$Y=a+b_1X_1+b_2X_2+b_3X_3+b_4X_4+b_5X_5$$

Keterangan :

Y = variabel dependen (kepuasan nasabah)

a = konstata

⁶² Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta : PT,Grafindo Persada,2011), h.179

⁶³ Imam Ghozali, *Applikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Universitas Diponegoro,2005)

⁶⁴Singgih Santoso, *SPSS; Mengolah Data Statistik Secara Propesional*,hal 43

- b_1 = Koefisien regresi parsial variabel bukti fisik
- b_2 = Koefisien regresi parsial variabel kehandalan
- b_3 = Koefisien regresi parsial variabel daya tanggap
- b_4 = Koefisien regresi parsial variabel jaminan
- b_5 = Koefisien regresi parsial variabel perhatian individu
- X_1 = Bukti fisik
- X_2 = Kehandalan
- X_3 = Daya tanggap
- X_4 = Jaminan
- X_5 = Perhatian individu

a. Uji Koefisiensi Determinasi

Uji Koefisiensi Determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Dalam output *SPSS*, koefisiensi determinasi terletak pada tabel *model Summary* dan tertulis *adjusted R Square*. Namun untuk regresi berganda sebaiknya menggunakan *RSquare* yang telah disesuaikan (*Adjusted R Square*), karena ia disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan dalam penelitian.

Nilai *R Square* dikatakan baik jika diatas 0,5 karena nilai *R Square* berkisar antara 0 sampai 1. Pada umumnya sampel dengan data deret waktu (*time series*) memiliki *R Square* maupun *adjusted R Square* dikatakan cukup tinggi dengan nilai diatas 0,5.⁶⁵

⁶⁵*Ibid*, hal 50-51

b. Uji Signifikan Statistik F

Uji Simultan dengan uji F ini bertujuan untuk mengalami pengaruh secara bersama-sama yaitu variabel independen terhadap variabel dependen.⁶⁶ Adapun nilai taraf signifikannya sebesar $\alpha < 0,01$.

Untuk melakukan pengujian hipotesis, maka ada beberapa ketentuan yang perlu diperhatikan yaitu merumuskan :

$H_0 : \beta_0 = 0$ Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Pelayanan dengan Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan.

$H_a : \beta_0 \neq 0$ Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan dengan kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan.

Jika $\text{sig } F > 0,01$ maka artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Jika $\text{sig } F < 0,01$ artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Uji Signifikan Statistik t

T-test ini bertujuan untuk mengetahui besarnya masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen.⁶⁷ Adapun nilai taraf signifikannya sebesar $\alpha = 0,01$ sampai dengan $0,05$. Untuk melakukan uji hipotesis, ada beberapa ketentuan yang perlu diperhatikan, yaitu merumuskan hipotesis alternatif (H_a)⁶⁸, seperti berikut :

⁶⁶*Ibid*, hal 53

⁶⁷*Ibid*, hal 54

⁶⁸*Ibid*, hal 52

a. Variabel Bukti Fisik(X^1)

$H_o : \beta O = 0$ Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan *frontliner* dengan kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan.

$H_a : \beta O = 0$ Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan *frontliner* dengan kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan.

b. Variabel Kehandalan (X^2)

$H_o : \beta O = 0$ Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan *frontliner* dengan kepuasan nasabah bertransaksi di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan.

$H_a : \beta O \neq 0$ Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan *frontliner* dengan kepuasan nasabah bertransaksi di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan.

c. Variabel Daya Tanggap (X^3)

$H_o : \beta O = 0$ Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan *frontliner* dengan kepuasan nasabah bertransaksi di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan.

$H_a : \beta O \neq 0$ Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan *frontliner* dengan kepuasan nasabah bertransaksi di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda

Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero),
Tbk. Cabang Katamso Medan.

d. Variabel Jaminan (X^4)

$H_o : \beta O = 0$ Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan *frontliner* dengan kepuasan nasabah bertransaksi di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan.

$H_a : \beta O \neq 0$ Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan *frontliner* dengan kepuasan nasabah bertransaksi di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan.

e. Variabel Perhatian Individu (X^5)

$H_o : \beta O = 0$ Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan *frontliner* dengan kepuasan nasabah bertransaksi Di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan.

$H_a : \beta O \neq 0$ Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan *frontliner* dengan kepuasan nasabah bertransaksi di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan.

5. Uji Beda *Independent Sample Test*

Independent Sample Test adalah tidak ada hubungan antara dua sample yang akan diuji. Uji ini bagian dari statistik *inferensial parametrik* (uji beda). Perlu diketahui bahwa dalam statistik parametrik terdapat syarat-syarat yang harus terpenuhi sebelum dilakukannya pengujian. Oleh karena itu, kita perlu mengetahui syarat-syarat apa saja yang diperlukan sebelum kita melakukan uji *Independent Sample Test* yaitu :

- a. Data harus diuji Normalitas dan hasilnya harus berdistribusi normal.
- b. Data harus sejenis atau homogen

Dasar pengambilan keputusan

Hipotesis

1. H_0 : Tidak terdapat perbedaan antara rata-rata hasil pelayanan *frontliner* PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan.
2. H_a : Terdapat perbedaan antara rata-rata hasil kepuasan nasabah bertransaksi diperbankan *frontliner* PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan.

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN

A. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

1. Sejarah PT. Bank Syariah Mandiri

PT. Bank Syariah Mandiri pada awal berdirinya bernama PT. Bank Susila Bakti (BSB). Krisis moneter yang terjadi pada tahun 1997 menimbulkan berbagai dampak negatif yang sangat kuat terhadap semua jenis kehidupan, termasuk industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank konvensional. Industri ini mengalami krisis yang sangat luar biasa. Akhirnya, pemerintah mengambil langkah dengan restrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank yang ada di Indonesia.

Salah satu bank konvensional yang juga terkena dampak krisis ini adalah PT. Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP), PT. Bank Dagang Negara (BDN) dan PT. Mahkota Prestasi. Untuk keluar dari krisis, BSB melakukan merger dengan beberapa bank lain dan mengundang investor asing. Di saat yang sama pemerintah juga melakukan *merger* (penggabungan) empat bank yaitu Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim dan Bapindo. Penggabungan ini melahirkan sebuah bank bernama PT. Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. *Merger* ini juga menetapkan dan menempatkan PT. Bank Mandiri sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai respon dari keputusan *merger*, PT. Bank Mandiri berkonsolidasi dan membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah dengan tujuan mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan PT. Bank Mandiri. Selain itu, juga sebagai tindak lanjut diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998 yang memberikan peluang kepada bank umum untuk melayani transaksi syariah. Tim pengembangan ini menganggap bahwa diberlakukannya Undang-undang tersebut adalah momentum yang pas untuk mengonversi PT. Bank Mandiri dari bank konvensional menjadi bank syariah. Kemudian tim pengembangan

perbankan syariah segera menyiapkan sistem dan infrastruktur yang dibutuhkan. Pada akhirnya, usaha PT.Bank Mandiri bergeser dari bank konvensional menjadi bank yang berjalan berdasarkan prinsip syariah yang dikenal dengan nama PT.Bank Syariah Mandiri (BSM).

Konversi PT. Bank Mandiri menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia berdasarkan SK Gubernur BI No.1/24/KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Bank Indonesia menyetujui perubahan nama menjadi PT. Bank Syariah Mandiri melalui SK Deputi Gubernur Senior BI No.1/1/KEP.DSG/1999. Setelah pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT. Bank Syariah Mandiri mulai beroperasi secara resmi pada tanggal 1420 H atau 1 November 1999.

PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) hadir sebagai bank yang mengkombinasikan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani yang melandasi operasinya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai – nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) sebagai alternatif jasa perbankan di Indonesia. Pada tahun 2003, PT. Bank Syariah Mandiri memperoleh predikat sebagai bank syariah terbaik dari majalah info bank bahkan peringkat yang diraih mengalami peningkatan dan menjadi *leader* dari perbankan syariah lainnya. PT. Bank Syariah Mandiri ini hadir untuk bersama-sama membangun Indonesia menuju lebih baik lagi.

Dengan banyaknya masyarakat yang berminat menggunakan jasa PT. Bank Syariah Mandiri sehingga telah banyak didirikan kantor-kantor PT. Bank Syariah Mandiri baik itu kantor cabang, kantor cabang dan kantor kas untuk memenuhi permintaan masyarakat Indonesia dalam penggunaan jasa PT. Bank Syariah Mandiri. Salah satunya didirikan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan yang beralamat di Jln. Iskandar Muda No. 58, Medan, Sumatera Utara Kota Medan.

a. Profil Perusahaan

Nama : PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan
Alamat : Jln. Iskandar Muda No. 58, Medan, Sumatera Utara Kota Medan
Tanggal Berdiri : 25 Oktober 1999
Tanggal Beroperasi : 1 November 1999
Modal Dasar : Rp.2.500.000.000.000,-
Kantor Layanan : 865 kantor yang tersebar di 54 provinsi di seluruh Indonesia

Jumlah jaringan ATM BSM : 921 ATM Syariah Mandiri, ATM Mandiri 13.309, ATM Bersama 61.327 unit, ATM Prima 76.216 unit dan Malaysia *Elektronik Payment System* (MEPS) 12.010 unit.

b. Visi dan Misi Perusahaan

Adapun visi dan misi PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan :⁶⁹

1. Visi

Bank Syariah terdepan dan Modern.

2. Misi

- Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

⁶⁹<http://www.syariahamandiri.co.id> (Diakses Pada Tanggal 22 September 2017 Pukul 14.54 WIB)

1. Nilai – Nilai Perusahaan (*Shared Value*)

Setelah melalui proses yang melibatkan seluruh jajaran pegawai sejak pertengahan 2005, lahirlah nilai-nilai perusahaan yang baru yang disepakati bersama untuk di-*shared* oleh seluruh pegawai PT. Bank Syariah Mandiri yang disebut *Shared Values* PT. Bank Syariah Mandiri. *Shared Values* PT. Bank Syariah Mandiri antara lain :

a. *Excellent (ImtiyaaZ)*

Berupaya mencapai kesempurnaan melalui perbaikan yang terpadu dan berkesinambungan.

b. *Teamwork (‘Amal Jam’iya)*

Mengembangkan lingkungan kerja yang saling bersinergi.

c. *Humanity (Insaniyah)*

Menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan dan religius.

d. *Integrity (Shidiq)*

Menaati kode etik profesi dan berpikir serta berperilaku terpuji.

e. *Customer Focus (Tafdhiilu Al’Umala)*

Memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan untuk menjadikan Bank Syariah Mandiri sebagai mitra yang terpercaya dan menguntungkan.

2. Tujuan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan :

1. Menyediakan lembaga keuangan alternatif bagi para pengusaha mikro kecil dalam memenuhi kebutuhannya.
2. Mengembangkan lembaga keuangan mikro dengan menggunakan sistem syariah.
3. Meningkatkan dan mengembangkan kemampuan usaha mikro melalui penguatan permodalan.
4. Meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan umat sebagai upaya membantu pemerintah dalam mengatasi kemiskinan.
5. Menciptakan lapangan kerja yang berorientasi pada peningkatan sumber daya manusia yang handal.

3. Produk dan Jasa Layanan

1. Produk Pendanaan

Tabungan BSM

Defenisi :Tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di counter BSM atau melalui ATM.

1. Tabungan Mabrur BSM

Defenisi : Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah.

2. Tabungan BSM Investa Cendekia

Defenisi : Tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (*installment*) dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi.

3. Tabungan Berencana BSM

Defenisi : Tabungan berjangka yang memeberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan.

4. Tabungan BSM Simpatik

Defenisi :Tabungan berdasarkan prinsip wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat yang disepakati.

5. BSM Giro Valas

Defenisi : Sarana penyimpanan dana dalam mata uang US Dollar untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah*.

6. BSM Giro

Defenisi : Sarana penyimpanan dana dalam mata uang rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah*.

7. BSM Deposito Valas

Definisi : Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang dollar berdasarkan prinsip *mudharabah muthlaqah*.

2. Produk Pembiayaan

Edukasi BSM

Defenisi :Pembiayaan kepada calon pelajar dalam mendapatkan dana pendidikan yang dibutuhkan.

a. *Mudharabah Muqayyadah On Balance Sheet (MMOB)*

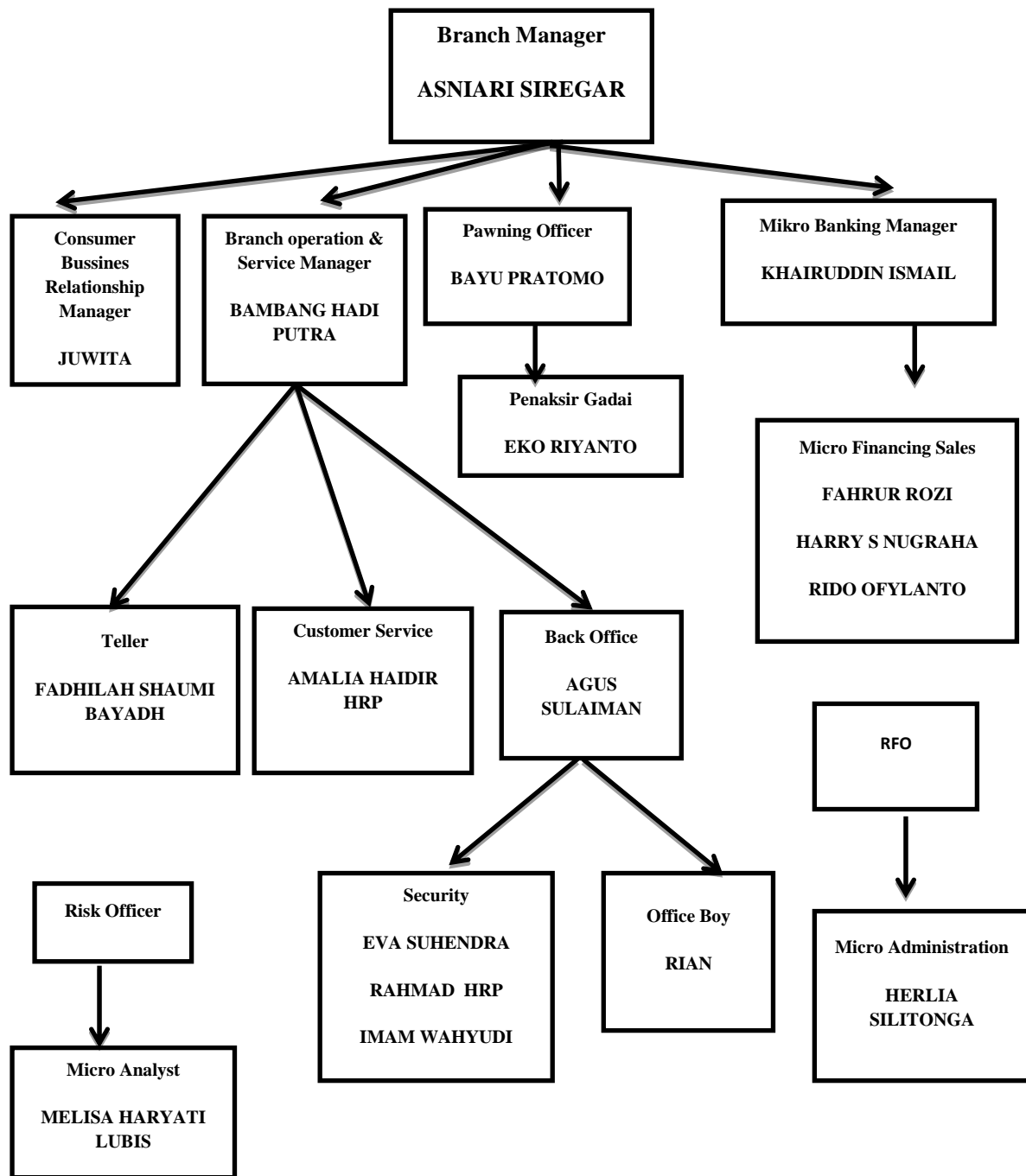
Defenisi :Fasilitas pembiayaan dengan alokasi sumber dana yang terikat (spesifik) dari pemilik dana (*shahibul mal*).

b. *BSM Customer Network Financing*

Defenisi : Pembiayaan modal kerja yang diberikan kepada nasabah untuk pembelian persediaan barang dari rekanan yang telah menjalin kerjasama dengan BSM.

Gambar 4.1 Struktur Organisasi

PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan



Sumber : Pengawai PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan

2. Sejarah PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk.

PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. lahir ditengah-tengah alam kemerdekaan Republik Indonesia baru diproklamasikan. Dengan diperkasai oleh R.M. Margono Djodjodikoesoeno, tepatnya pada tanggal 19 oktober 1945 didirikan sebuah organisasi yang berfungsi sebagai bank sirkulasi dengan nama “Pusat Bank Indonesia”. Lalu berdasarkan peraturan pemerintah mengganti undang-undang No 2 tanggal 15 juli 1946, namanya berganti menjadi “Bank Negara Indonesia”. Selanjutnya fungsi bank sirkulasi tersebut beralih menjadi bank umum yang bertugas membantu pembangunan perekonomian nasional. Pada perkembangan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. mulai diijinkan pemerintah menjadi bank devisa.

Pada masa demokrasi terpimpin, melalui penetapan presiden no 17 tahun 1955 tentang pengintegrasian bank bank umum dan bank tabungan pos kedalam suatu bank tunggal, bank ini bernama “Bank Negara indonesia unit III”. Selanjutnya, melalui undang-undang perbankan No 17 tahun 1968, ditetapkan kehormatan bagi PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. sebagai satu-satunya bank yang didirikan oleh pemerintah republik (bukan berasal dari sosialisasi bank asing) dan ikut dalam gelombang revolusi nasional. Suatu bentuk penghargaan lainnya telah diberikan pula kepada PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. tatkala pada tahun 1962 pemerintah menetapkan hari lahir BNI 5 juli sebagai hari bank.

Selaras dengan adanya perubahan badan hukum lembaga bank milik negara akibat ditetapkannya undang-undang No 7 tahun 1992 tentang pokok-pokok perbankan, maka berdasarkan peraturan pemerintah no 19 tahun 1992 pada tanggal 31 juli 1992, PT. Bank Negara indonesia (Persero), Tbk.” dengan nama sebutan yaitu “Bank BNI”. Akhirnya melalui kebijakan privatisasi yang ditetapkan pemerintah maka pada tanggal 25 November tahun 1996 bank ini terdaftar pada pasar modal (Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya), sehingga bernama resmi (PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk (Tbk singkatan dari terbuka dan sebagai

tanda bagi perusahaan yang terdaftar dipasar modal)”. Dengan nama sebutan tetapnya yaitu “Bank BNI”. Perubahan bentuk hukum ini membawa implikasi pada berkurangnya campur tangan pemerintah dalam operasi perbankan. Lebih lanjut lagi PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. dituntut untuk dapat berkompetisi penuh dengan bank-bank lainnya, namun tetap menjalankan misinya untuk menunjang program pembangunan nasional.

1. Visi dan Misi

Adapun Visi dan Misi PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. :⁷⁰

a. Visi

Bank BNI memiliki visi sebagai bank yang akan menawarkan berbagai macam produk dan melayani semua segmen pasar ataupun yang disebut universal Banking. Visi ini dituangkan dalam bentuk kalimat “Menjadi bank yang kokoh dan terkemuka di Indonesia, dengan menawarkan produk dan jasa perbankan yang lengkap, terpadu dan berkualitas, baik untuk nasabah individu perusahaan maupun lembaga didalam dan luar negeri. Secara konsisten berorientasi pada kepuasan nasabah, memiliki komitmen yang tinggi untuk meningkatkan profesionalisme dan kesejahteraan karyawan, berperan aktif dalam pembangunan nasional, dan meningkatkan nilai saham perusahaan secara berkesinambungan”.

b. Misi

PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. memiliki misi “Memaksimalkan keinginan-keinginan dari seluruh pihak yang berkepentingan terhadap PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. yang meliputi :

⁷⁰<http://www.bni.co.id>(Diakses Pada Tanggal 22 September 2017 Pukul 15.12 WIB)

1. Kepuasan pemegang saham
2. Kepuasan nasabah
3. Kepuasan manajemen dan karyawan
4. Kepuasan masyarakat
5. Kepuasan pemerintah

c. Nilai-nilai Budaya

Budaya kerja atau budaya perusahaan merupakan suatu nilai, norma, dan anggapan-anggapan dan membimbing seseorang untuk bersikap dan berperilaku dalam melaksanakan tugas. Pengaruh budaya kerja sangat besar terhadap pencapaian dan prestasi perusahaan. Untuk meningkatkan prestasi kerja, budaya kerja tidak tinggal sebagai pernyataan-pernyataan tertulis, namun harus diimplementasikan dalam perilaku pekerja yang melembaga atau membudaya di perusahaan. Berikut ini merupakan lima pilar budaya kerja PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. :

1. BNI adalah bank umum berstatus perusahaan publik
2. BNI berorientasi kepada pasar dan pembangunan nasional
3. BNI secara terus menerus membina hubungan yang saling menguntungkan dengan nasabah dan mitra usaha
4. BNI mengakui peranan dan menghargai kepentingan pegawai
5. BNI mengupayakan terciptanya semangat kebersamaan agar pegawai melaksanakan tugas dan kewajiban secara profesional.

Budaya kerja PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. bersumber dan diandasi Swadhana Bhakti Negara, yang merupakan semboyan untuk membangun semangat dan budaya kerja kedalam, sementara motto “Terpercaya kokoh dan bersahabat”. Yang diajukan oleh Drs. Pintor siregar, melandasi citra PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. keluar kepada masyarakat luas.

d. Produk dan layanan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk.

PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. memiliki produk dan layanan yang terdiri dari :

1. Individual

- Kredit

- ✓ BNI instan
- ✓ BNI Griya
- ✓ BNI TKI
- ✓ BNI Fluksi
- ✓ BNI Tabungan THI
- ✓ BNI Multiguna
- ✓ BNI Oto

- Simpanan

- ✓ BNI Giro
- ✓ *Private Banking*
- ✓ BNI Deposito
- ✓ BNI Tapanas
- ✓ BNI Taplus Utama
- ✓ BNI Haji
- ✓ BNI *Dollar*
- ✓ BNI *Card*

- Layanan

- ✓ Penanggungan
- ✓ Impor
- ✓ Garansi Bank
- ✓ Ekspor
- ✓ Inkaso
- ✓ *Security Agent*

2. Bisnis

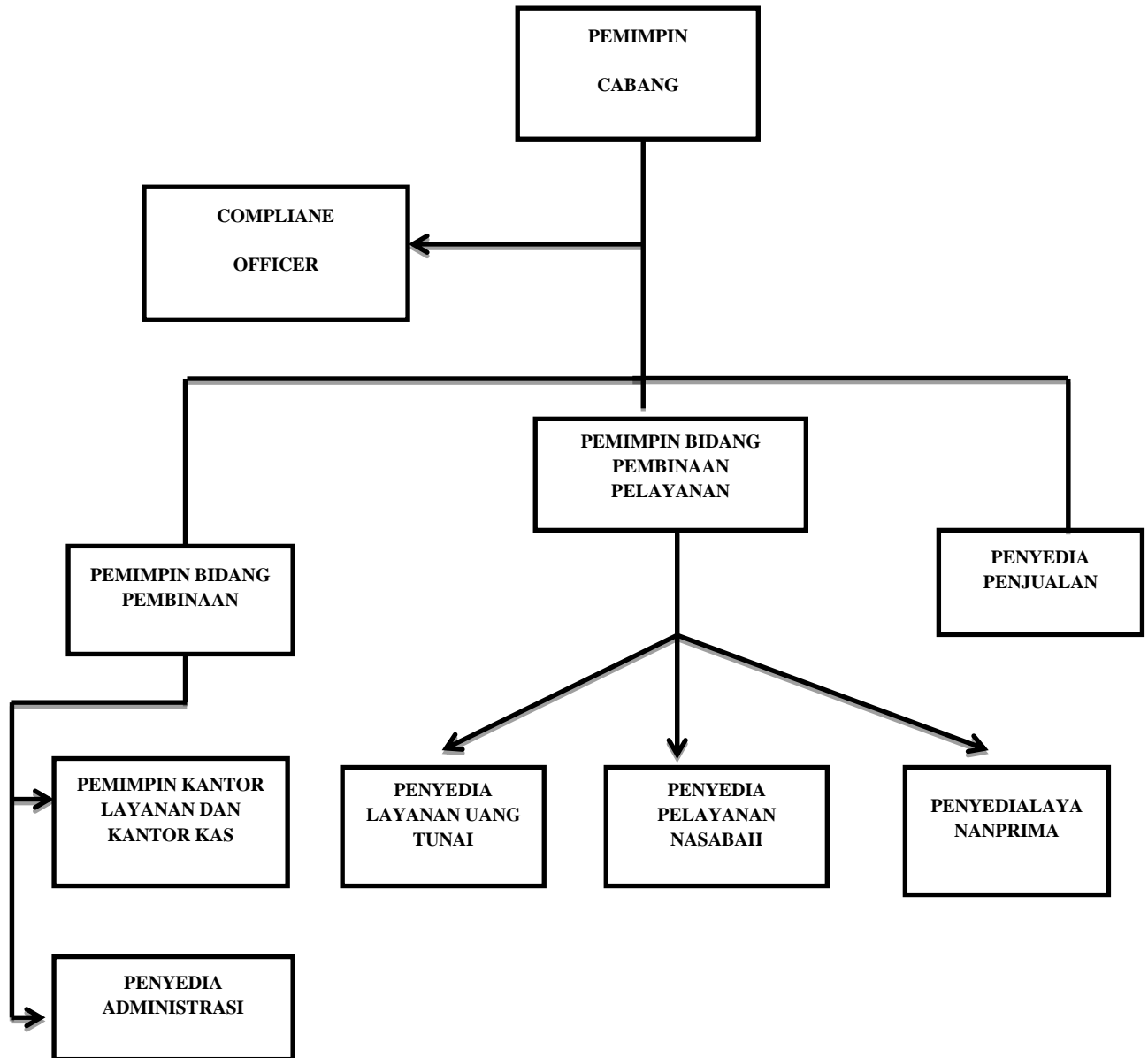
3. Syariah

4. *Micro Banking*

5. Fitur online

Gambar 4.2 Struktur Organisasi

PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan



Sumber : Pengawai PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.

B. Hasil Penelitian

1. Deskriptif Data

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui beberapa hal, yang pertama pengaruh pelayanan *frontliner* di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan, yang kedua pengaruh kepuasan nasabah terhadap *frontliner* di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan. Responden dalam penelitian ini yaitu nasabah yang melakukan setor tunai dan pembuatan rekening baru PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan yang diambil sampel sebanyak 50 nasabah dari setiap bank tersebut.

Analisis deskriptif dalam penelitian ini meliputi analisis karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi usia/umur dan jenis kelamin. Adapun pembahasan mengenai masing-masing analisis deskriptif disajikan sebagai berikut :

a. Karakteristik Responden

1) Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Nasabah PT. BSM

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	23	46%
Perempuan	27	54%
Jumlah	50	100%

Data Primer diolah 2017

Tabel 4.1 diatas dapat dilihat bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 23 orang dengan persentase 46%, dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 27% orang dengan persentase 54%.

Tabel 4.2 Jenis Kelamin Nasabah PT. BNI

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	18	36%
Perempuan	32	64%
Jumlah	50	100%

Data primer diolah 2017

Tabel 4.2 dapat dilihat bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 18 orang dengan persentase 36%, dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 32% orang dengan persentase 64%.

2) Tingkat Usia

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan umur disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.3 Tingkat Usia Nasabah PT. BSM

Usia/Umur	Jumlah	Presentasi
17 Tahun	7	14%
17-25 Tahun	19	38%
26 – 35 Tahun	21	42%
36 – 45 Tahun	3	6%
Jumlah	50	100%

Data Primer diolah 2017

Tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa sampel responden penelitian nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan yang berusia 17 tahun berjumlah 7 orang dengan jumlah persentase 14%, responden yang berusia 17-25 tahun berjumlah 19 orang dengan persentase 38%, responden yang berusia 26-35 tahun berjumlah 21 orang dengan persentase 42%, responden yang berusia 36-35 tahun berjumlah 3 orang dengan persentase 6%. Ini dapat diartikan bahwa nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dengan usia 26-35 tahun lebih banyak dari keseluruhan jumlah responden yang ada didalam penelitian ini.

Tabel 4.4 Tingkat Usia Nasabah PT. BNI

Usia/Umur	Jumlah	Presentasi
17 Tahun	9	18%
17-25 Tahun	16	32%
26 – 35 Tahun	12	24%
36 – 45 Tahun	13	26%
Jumlah	50	100%

Data primer diolah 2017

Tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa sampel responden penelitian nasabah PT. Bank Negara Indonesia (persero), Tbk., Cabang Katamso Medan yang berusia 17 tahun berjumlah 9 orang dengan jumlah persentase 18%, responden yang berusia 17-25 tahun berjumlah 16 orang dengan persentase 32%, responden yang berusia 26-35 tahun berjumlah 12 orang dengan persentase 24%, responden yang berusia 36-35 tahun berjumlah 13 orang dengan persentase 26%. Ini dapat diartikan bahwa nasabah PT. Bank Negara Indonesia (persero), Tbk., Cabang Katamso Medan dengan usia 17-25 tahun lebih banyak dari keseluruhan jumlah responden yang ada didalam penelitian ini.

3) Tingkat Pendidikan

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.5 Tingkat Pendidikan Nasabah PT. BSM

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Presentase
SD	5	10%
SMP	12	24%
SMA	11	22%
S1	22	44%
Jumlah	50	100%

Data Primer diolah 2017

Tabel 4.5 diatas dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan terakhir responden adalah jumlah responden SD sebanyak 5 orang dengan persentase 10%, tingkat SMP sebanyak 12 orang dengan persentase 24%, tingkat SMA sebanyak 11 orang

dengan persentase 22%, dan tingkat S1 sebanyak 22 orang dengan persentase 44%. Ini dapat diartikan bahwa nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dengan tingkat pendidikan S1 lebih banyak dari keseluruhan jumlah responden yang ada didalam penelitian ini.

Tabel 4.6 Tingkat Pendidikan Nasabah PT. BNI

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Presentase
SD	6	12%
SMP	14	28%
SMA	13	26%
S1	17	34%
Jumlah	50	100%

Data primer diolah 2017

Tabel 4.6 diatas dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan terakhir responden adalah jumlah responden SD sebanyak 6 orang dengan persentase 12%, tingkat SMP sebanyak 14 orang dengan persentase 28%, tingkat SMA sebanyak 13 orang dengan persentase 26%, dan tingkat S1 sebanyak 17 orang dengan persentase 34%. Ini dapat diartikan bahwa nasabah PT. Bank Negara Indonesia (persero), Tbk., Cabang Katamso Medan dengan tingkat pendidikan S1 lebih banyak dari keseluruhan jumlah responden yang ada didalam penelitian ini.

2. Analisa Data

a. Uji Kualitas Data

a. Uji validitas

Uji Validitas akan menguji masing-masing variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini, untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Keseluruhan variabel penelitian memuat 30 pertanyaan dari kuesioner yang harus dijawab oleh responden, yang bertujuan mengetahui ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukuran agar data yang diperoleh bisarelevan atau sesuai dengan tujuan diadakan pengukuran tersebut.

Berdasarkan perhitungan dengan program *SPSS Statistics 16*, diperoleh tingkat validitas seperti tabel berikut ini :

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas InstrumenPT. BSM

Variabel	Kuesioner	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Bukti Fisik (X ₁)	Bf1	0,759	0,2787	Valid
	Bf2	0,715	0,2787	Valid
	Bf3	0,659	0,2787	Valid
	Bf4	0,614	0,2787	Valid
	Bf5	0,632	0,2787	Valid
Kehandalan (X ₂)	K1	0,389	0,2787	Valid
	K2	0,853	0,2787	Valid
	K3	0,478	0,2787	Valid
	K4	0,918	0,2787	Valid
	K5	0,543	0,2787	Valid
Daya Tanggap (X ₃)	Dt1	0,733	0,2787	Valid
	Dt2	0,601	0,2787	Valid
	Dt3	0,694	0,2787	Valid
	Dt4	0,574	0,2787	Valid
	Dt5	0,772	0,2787	Valid
Jaminan (X ₄)	J1	0,733	0,2787	Valid
	J2	0,601	0,2787	Valid
	J3	0,694	0,2787	Valid
	J4	0,674	0,2787	Valid
	J5	0,772	0,2787	Valid
Perhatian Individu (X ₅)	Pi1	0,785	0,2787	Valid
	Pi2	0,575	0,2787	Valid
	Pi3	0,474	0,2787	Valid
	Pi4	0,315	0,2787	Valid
	Pi5	0,761	0,2787	Valid
Kepuasan (Y)	Y1	0,582	0,2787	Valid
	Y2	0,426	0,2787	Valid
	Y3	0,304	0,2787	Valid
	Y4	0,513	0,2787	Valid
	Y5	0,696	0,2787	Valid

Sumber : Hasil Olah data *SPSS 16*

Berdasarkan Tabel 4.7 hasil perhitungan uji validitas dari pengolahan data diatas diperoleh variabel gaya kepemimpinan, kompensasi dan kinerja dapat diketahui bahwa semua butir pernyataan

memiliki koefisien lebih besar dari nilai r tabel 0,2787. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator dari variabel tersebut seluruhnya valid.

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Instrumen PT. BNI

Variabel	Kuesioner	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Bukti Fisik (X ₁)	Bf1	0,386	0,2787	Valid
	Bf2	0,625	0,2787	Valid
	Bf3	0,705	0,2787	Valid
	Bf4	0,303	0,2787	Valid
	Bf5	0,662	0,2787	Valid
Kehandalan (X ₂)	K1	0,745	0,2787	Valid
	K2	0,368	0,2787	Valid
	K3	0,694	0,2787	Valid
	K4	0,738	0,2787	Valid
	K5	0,723	0,2787	Valid
Daya Tanggap (X ₃)	Dt1	0,745	0,2787	Valid
	Dt2	0,368	0,2787	Valid
	Dt3	0,694	0,2787	Valid
	Dt4	0,738	0,2787	Valid
	Dt5	0,723	0,2787	Valid
Jaminan (X ₄)	J1	0,858	0,2787	Valid
	J2	0,638	0,2787	Valid
	J3	0,420	0,2787	Valid
	J4	0,893	0,2787	Valid
	J5	0,665	0,2787	Valid
Perhatian Individu (X ₅)	Pi1	0,458	0,2787	Valid
	Pi2	0,567	0,2787	Valid
	Pi3	0,770	0,2787	Valid
	Pi4	0,573	0,2787	Valid
	Pi5	0,548	0,2787	Valid
Kepuasan (Y)	Y1	0,733	0,2787	Valid
	Y2	0,536	0,2787	Valid
	Y3	0,692	0,2787	Valid
	Y4	0,717	0,2787	Valid
	Y5	0,542	0,2787	Valid

Sumber :Hasil Olah Data SPSS, 16

Tabel 4.8 di atas memperlihatkan bahwa seluruh item pertanyaan memiliki nilai koefisien korelasi positif dan lebih besar

daripada r-tabel. Hal ini berarti bahwa data yang diperoleh telah valid dan dapat dilakukan pengujian data lebih lanjut.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah derajat konsistensi data yang bersangkutan. Reliabilitas berkenaan dengan pertanyaan, apakah suatu data dapat dipercaya sesuai dengan kriteria yang ditetapkan. Tujuannya adalah untuk mengetahui hasil suatu tes dalam pengukuran gejala yang sama pada waktu dan kesempatan yang berbeda. Berdasarkan perhitungan dengan program *SPSS Statistics* 16, diperoleh tingkat reliabilitas untuk masing-masing butir pertanyaan seperti tabel berikut ini:

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas PT. BSM

Kuesioner	Cronbach's Alpha	NilaiKritis	Keterangan
Bukti Fisik (X ₁)	0,752	0,60	Reliabel
Kehandalan (X ₂)	0,757	0,60	Reliabel
Daya Tanggap (X ₃)	0,757	0,06	Reliabel
Jaminan (X ₄)	0,781	0,60	Reliabel
Perhatian Individu (X ₅)	0,727	0,60	Reliabel
Kepuasan (Y)	0,752	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data *SPSS* 16

Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas PT. BNI

Kuesioner	Cronbach's Alpha	NilaiKritis	Keterangan
Bukti Fisik (X ₁)	0,529	0,60	Reliabel
Kehandalan (X ₂)	0,689	0,60	Reliabel
Daya Tanggap (X ₃)	0,540	0,06	Reliabel
Jaminan (X ₄)	0,542	0,60	Reliabel

Perhatian Individu (X5)	0,545	0,60	Reliabel
Kepuasan (Y)	0,295	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 21

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.9 dan tabel 4.10 di atas variabel Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah bertransaksi memiliki *cronbach's alpha if item deleted* lebih besar dari *Cronbach's Alpha* = 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator dari variabel tersebut seluruhnya reliabel kuat.

3. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui data empirik yang didapatkan dari lapangan sesuai dengan distribusi teoritik tertentu. Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Berdasarkan perhitungan dengan program SPSS Statistics 16, diperoleh hasil uji normalitas seperti tabel berikut ini:

Tabel 4.11 Hasil Uji NormalitasPT. BSM

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Standardized Residual
N			50
Normal Parameters ^a	Mean		,0000000
	Std. Deviation		,94760708
Most Extreme Differences	Absolute		,161
	Positive		,106
	Negative		-,161
Kolmogorov-Smirnov Z			1,136
Asymp. Sig. (2-tailed)			,151
a. Test distribution is Normal.			

Sumber : Hasil perhitungan dengan SPSS16

Dari hasil pengujian pada tabel 4.11 di atas terlihat besarnya nilai *Kolmogorov-Smirnov* adalah 0,151 dan signifikansinya pada 0,151 dan nilainya jauh diatas $\alpha = 0,05$, sehingga data yang diuji berdistribusi normal.

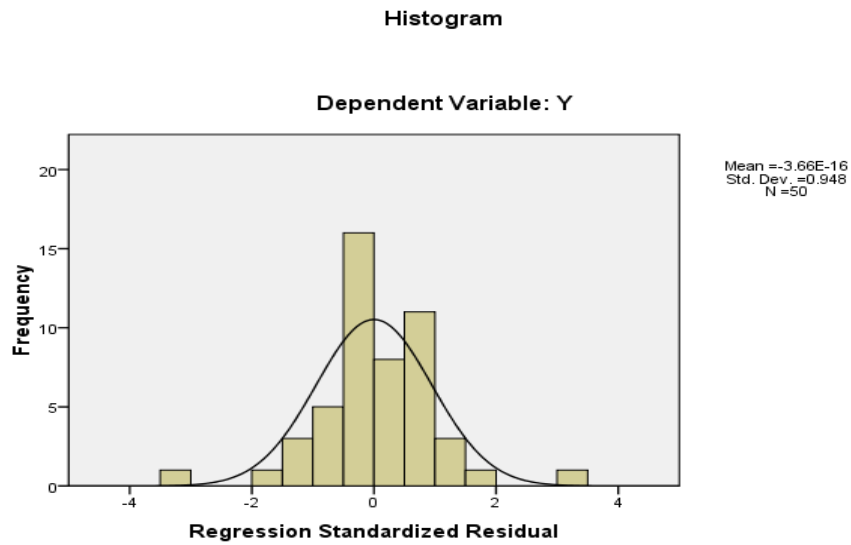
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas PT. BNI

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^a	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,46510197
Most Extreme Differences	Absolute	,193
	Positive	,103
	Negative	-.189
Kolmogorov-Smirnov Z		1,655
Asymp. Sig. (2-tailed)		,784
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : Data diolah SPSS 16

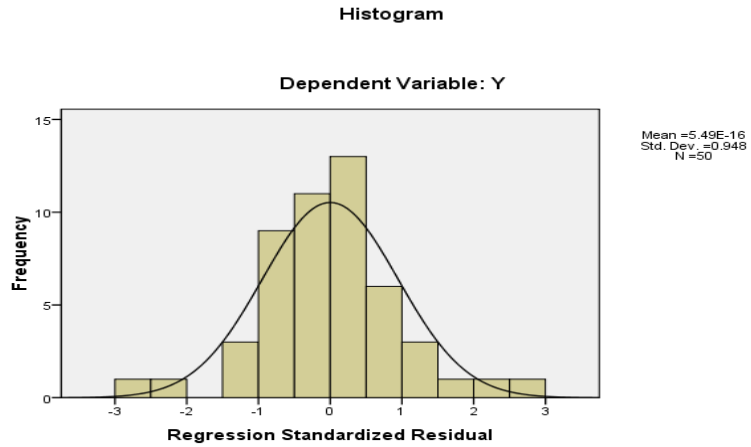
Dari hasil pengujian pada tabel 4.12 di atas terlihat besarnya nilai *Kolmogorov-Smirnov* adalah 0,784 dan signifikansinya pada 0,784 dan nilainya jauh diatas $\alpha = 0,05$, sehingga data yang diuji berdistribusi normal.

Gambar 4.3Histogram PT. BSM



Sumber : Data diolah *SPSS 16*

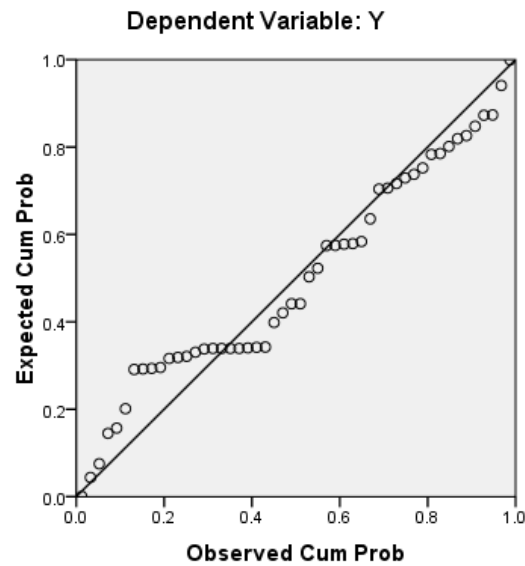
Gambar 4.4 Histogram PT. BNI



Sumber : Data diolah *SPSS 16*

Gambar 4.5 P-P PlotPT. BSM

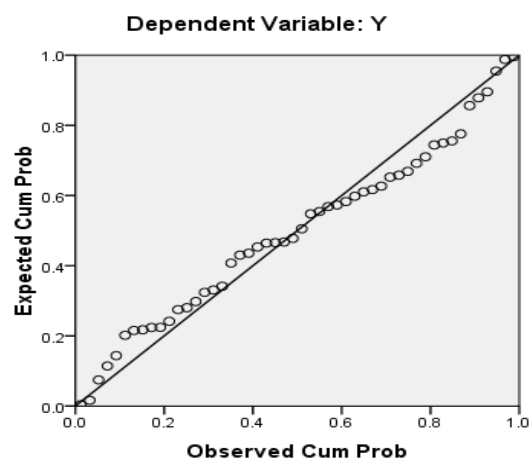
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Data diolah SPSS 16

Gambar 4.6P-P PlotPT.BNI

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Data diolah SPSS 16

Demikian halnya dengan grafik *Normal Probability Plot* di atas, dapat di lihat data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, oleh karena itu model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Multikolonearitas

Uji multikolonearitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Metode untuk menguji adanya multikolonearitas dapat dilihat pada Tolerance Value (TV) atau *Varian Inflation Factor* (VIF) yaitu:

- Jika $TV < 0.10$ atau $VIF > 10$, maka terjadi multikolonearitas.
- Jika $TV > 0.10$ atau $VIF < 10$, maka tidak terjadi multikolonearitas.

Tabel 4.13 Hasil Uji MultikolonearitasPT. BSM

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Constant			
Bukti Fisik	0,186	5,364	TidakMultikolonearitas
Kehandalan	0,907	1,103	TidakMultikolonearitas
Daya Tanggap	0,123	8,143	TidakMultikolonearitas
Jaminan	0,139	7,208	TidakMultikolonearitas
Perhatian Individu	0,258	7,162	TidakMultikolonearitas

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 16

Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolonearitas PT. BNI

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Constant			
Bukti Fisik	0,399	2,508	TidakMultikolonearitas
Kehandalan	0,177	5,637	TidakMultikolonearitas
Daya Tanggap	0,528	1,894	TidakMultikolonearitas
Jaminan	0,288	3,470	TidakMultikolonearitas
Perhatian Individu	0,166	6,030	TidakMultikolonearitas

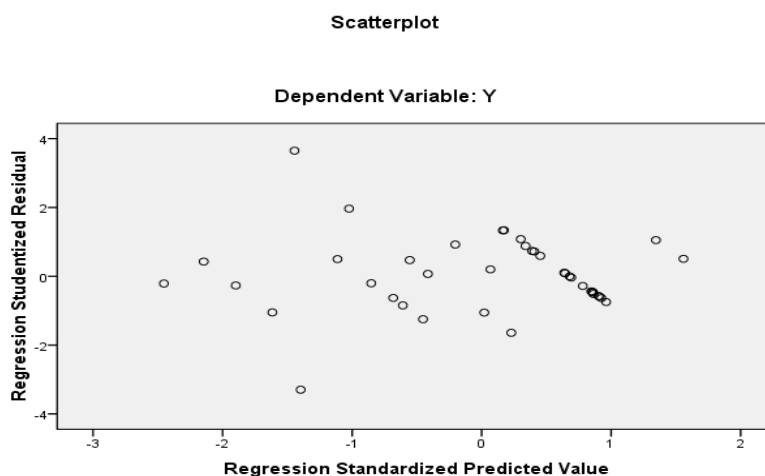
Sumber: Hasil Olah Data SPSS 16

Dari tabel 4.13 dan tabel 4.14 di atas dapat dilihat bahwa setiap variabel independen memiliki nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen.

3) Uji Heteroskedastisitas

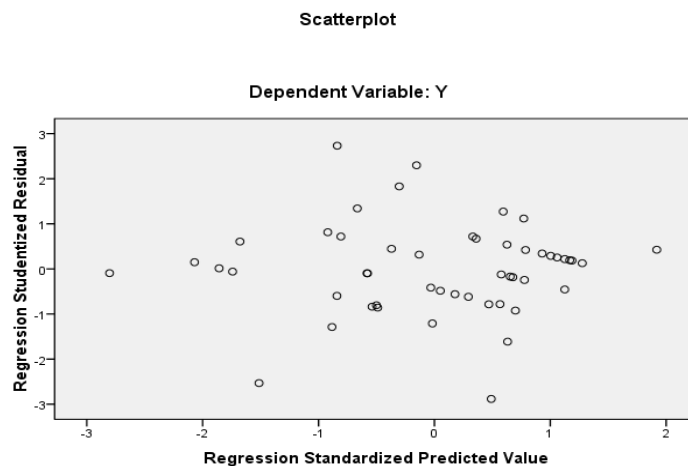
Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Pengujian ini menggunakan grafik Scatterplot atau nilai prediksi variabel terikat. Dengan menggunakan Scatterplot, suatu heteroskedastisitas diketahui dengan melihat sebaran plot data. Ketika pada grafik terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Gambar 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas PT. BSM



Sumber : Data diolah SPSS 16

Gambar 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas PT. BNI



Sumber : Data diolah SPSS 16

Pada gambar 4.7 dan gambar 4.8 di atas, terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu yang jelas, serta tersebar di atas maupun di bawah titik angka nol pada sumbu Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam regresi.

4. Uji Model Analisis Data

Model yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model regresi linear berganda yang dijabarkan dibawah ini :

$$Y = \alpha + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \beta_3x_3 + \beta_4x_4 + \beta_5x_5 + \varepsilon$$

Tabel 4.15 Regresi Linear BergandaPT. BSM

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	3.428	1.250
X1	.188	.098
X2	.192	.038
X3	.425	.123
X4	.422	.192
X5	.933	.191

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 16

Dari hasil analisis regresi pada Tabel 4.15 di atas diperoleh koefisien regresi β_1 sebesar 0,118, β_2 sebesar 0,192, β_3 sebesar 0,425, β_4 sebesar 0,422, dan β_5 sebesar 0,933 sehingga dapat diketahui persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$\hat{Y} = 3,428 + 0,188x^1 + 0,192x^2 + 0,425x^3 + 0,422x^4 + 0,933x^5 + \varepsilon$ artinya terdapat pengaruh positif antara semua variabel terhadap kepuasan nasabah (Y)

Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda PT. BNI

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	2,801	1,311
X1	,138	,094
X2	,111	,086
X3	,315	,142
X4	,306	,158
X5	,970	,162

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 16

Dari hasil analisis regresi pada Tabel 4.16 di atas diperoleh koefisien regresi β_1 sebesar 0,138, β_2 sebesar 0,111, β_3 sebesar 0,315, β_4 sebesar 0,303, dan β_5 sebesar 0,970 sehingga dapat diketahui persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$\hat{Y} = 2,801 + 0,138x^1 + 0,111x^2 + 0,315x^3 + 0,303x^4 + 0,970x^5 + \varepsilon$ artinya terdapat pengaruh positif antara semua variabel terhadap kepuasan nasabah (Y)

5. Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merujuk kepada kemampuan dari variabel independen (X) dalam menerangkan variabel dependen (Y). Nilai R koefisien determinasi berkisar di antara nol sampai dengan satu. Komponen-komponen yang terkait dengan koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel model summary di bawah ini:

Tabel 4.17 Hasil Uji Determinasi R²PT. BSM

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	,936 ^a	,876	,862	3,442

a. Predictors: (Constant), X5, X3, X1, X4, X2

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 16

Tabel 4.17 di atas, didapat $r = 0,936$ yang artinya terdapat hubungan positif antara pelayanan *frontliner* dengan kepuasan nasabah bertransaksi pada PT. Bank Syariah Mandiri sesuai kriteria pada Tabel Kemudian diperoleh nilai koefisien determinasi R Square yaitu 0,876 % artinya baik tidaknya pelayanan *frontliner* pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dapat dijelaskan sebesar 87,6% oleh pelayanan *frontliner* dan kepuasan nasabah bertransaksi, selebihnya 12,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Tabel 4.18 Hasil Uji Determinasi R²PT. BNI

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	,825 ^a	,763	,293	1,804

a. Predictors: (Constant), X5, X3, X1, X4, X2

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 16

Dari tabel 4.18 di atas, didapat $r = 0,525$ yang artinya terdapat hubungan positif antara pelayanan *frontliner* dengan kepuasan nasabah bertransaksi pada PT. Bank Negara Indonesia (persero), Tbk., sesuai kriteria pada tabel kemudian diperoleh nilai koefisien determinasi R Square yaitu 0,376 % artinya baik tidaknya pelayanan *frontliner* pada PT. Bank Negara Indonesia (persero), Tbk., dapat dijelaskan sebesar 72,6% oleh pelayanan *frontliner* dan kepuasan nasabah bertransaksi, selebihnya

secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi atau dengan kata lain, hipotesis (Ha2) diterima.

- 3) Variabel Daya Tanggap (X_3) memiliki nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($3,452 > 0,2907$), dan taraf signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel daya tanggap secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi atau dengan kata lain, hipotesis (Ha2) diterima.
- 4) Variabel Jaminan (X_4) memiliki nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($4,573 > 0,2907$), dan taraf signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel jaminan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi atau dengan kata lain, hipotesis (Ha2) diterima.
- 5) Variabel perhatian individu (X_5) memiliki nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($4,887 > 0,2907$), dan taraf signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa perhatian individu secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi atau dengan kata lain, hipotesis (Ha2) diterima.

Tabel 4.20 Uji t PT. BNI

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,801	1,311		3.866	.018
X1	,138	,094	,144	2,709	,026
X2	,111	,086	,217	1,257	,019
X3	,315	,142	,391	2,216	,002
X4	,306	,158	,463	1,939	,000
X5	,970	,162	,106	1,338	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 16

- 1) Variabel Bukti Fisik (X_1) memiliki nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,709 > 0,2907$) dan taraf signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ($0,026 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel bukti fisik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi atau dengan kata lain, hipotesis (H_{a1}) diterima.
- 2) Variabel kehandalan (X_2) memiliki nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($1,257 > 0,2907$), dan taraf signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ($0,019 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel kehandalan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi atau dengan kata lain, hipotesis (H_{a2}) diterima.
- 3) Variabel Daya Tanggap (X_3) memiliki nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,216 > 0,2907$), dan taraf signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel daya tanggap secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi atau dengan kata lain, hipotesis (H_{a2}) diterima.
- 4) Variabel Jaminan (X_4) memiliki nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($1,939 > 0,2907$), dan taraf signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel jaminan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi atau dengan kata lain, hipotesis (H_{a2}) diterima.
- 5) Variabel Perhatian individu (X_5) memiliki nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($1,338 > 0,2907$), dan taraf signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel perhatian individu secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi atau dengan kata lain, hipotesis (H_{a2}) diterima.

3. Uji Simultan (Uji F)

Uji model dilakukan untuk melihat apakah model yang dipergunakan sudah benar. Secara statistik apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat dikatakan bahwa secara keseluruhan dan bersama-sama variabel kualitas pelayanan *frontliner* berpengaruh terhadap kepuasan

nasabah bertransaksi di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan.

Tabel 4.21 Hasil Uji F (Annova)PT. BSM

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	153,787	5	30,757	61,985	.000 ^a
	Residual	21,833	44	,496		
	Total	175,620	49			

a. Predictors: (Constant), X5, X2, X1, X4, X3

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Olah Data SPSS16

Tabel 4.21 di atas menunjukkan nilai Fhitung sebesar 61,985 dan dapat juga dilihat dari nilai Signifikansi yang mana sig. Sebesar $0.000 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan.

Tabel 4.22 Hasil Uji F (Annova) PT. BNI

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	142,342	7	48,008	53,350	.0000 ^a
	Residual	215,185	82	,390		
	Total	358,527	89			

a. Predictors: (Constant), X5, X3, X1, X4, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 16

Tabel 4.22 di atas menunjukkan nilai Fhitung sebesar 53,350 dan dapat juga dilihat dari nilai Signifikansi yang mana sig. Sebesar $0.000 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi di PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk.

6. Uji Beda

1. Uji Normalitas

Jika nilai sig. $> 0,05$, maka data berdistribusi normal, dan jika nilai sig $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi tidak normal.

Tabel 4.23 Uji Normalitas

Tests of Normality						
Kelompok		Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk	
		Statistic	Df	Sig.	Statistic	df
Nilai	BSM	,287	50	,200	,838	50
	BNI	,242	50	,200	,759	50

This is a lower bound of the true significan

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 16

Tabel 4.16 diatas maka diperoleh nilai signifikansi untuk PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan sebesar 0,770, sedangkan nilai signifikansi PT. Bank Negara Indonesia (persero), Tbk., sebesar 0,804. Karena nilai signifikansi PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data pelayanan *frontliner* berdistribusi normal.

a. Uji Homogen

Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok populasi data aalah tidak sama, dan jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok populasi data adalah sama.

Tabel 4.24 Uji Homogen

Test of Homogeneity of Variances

Kepuasan Nasabah

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,878	17	19	,712

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 16

Tabel 4.24 diatas diketahui bahwa nilai signifikansi variabel kepuasan nasabah (Y) berdasarkan variabel pelayanan *frontliner* (X) = $0,712 > 0,05$, artinya data variabel kepuasan nasabah (Y) mempunyai varian yang sama.

b. Uji Independent Sample T-test

Jika nilai signifikasi atau sig.(2-tailed) $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, dan jika nilai signifikasi atau sig.(2-tailed) $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.25 Uji Independent Sample T-test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
Nilai	Equal variances assumed	,591	,744	4,221	9	,039
	Equal variances not assumed			4,281	7.128	,034

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 16

Tabel 4.18 diatas dijelaskan bahwa *independent sample t-test* berdasarkan perolehan nilai sig.(2-tailed) sebesar $0,039 < 0,05$, maka sesuai dasar pengambilan keputusan dalam uji *Independent Sample T-test*, maka yang artinya bahwa terdapat perbedaan antara rata-rata kepuasan nasabah.

C. Interpretasi Hasil Penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti ingin melihat seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah bertransaksi diperbankan (studi kasus PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan). Maka data dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan angket kepada responden dan mengumpulkan kembali. Dari hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan *frontliner* :

1. PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan(X) propabilitas sig dengan nilai sig < 0,05 yaitu X₁ Bukti Fisik (0,022 < 0,05), X₂ Kehandalan (0,012 < 0,05), X₃ Daya Tanggap (0,001 < 0,05), X₄Jaminan (0,000 < 0,05), X₅Perhatian Individu (0,000 < 0,05),
2. PT.Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan (X) propabilitas sig dengan nilai sig < 0,05 yaitu X₁ Bukti Fisik (0,026 < 0,05), X₂ Kehandalan (0,019 > 0,05), X₃ Daya Tanggap (0,002 < 0,05), X₄ Jaminan (0,000 < 0,05) dan X₅ Perhatian Individu (0,000 < 0,05).

Maka keputusannya adalah H_a diterima dan H_o ditolak, artinya berarti kualitas pelayanan *frontliner* secara persial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi diperbankan. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan *frontliner* (X) memiliki nilai t-hitung yang lebih besar dari nilai t-tabel :

1. PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan yaitu X₁ Bukti Fisik (1,903 > 1,6667), X₂ Kehandalan (2,062 > 1,6777), X₃Daya Tanggap (3,452 > 1,6777), X₄ Jaminan (4,573 > 1,6777), dan X₅ Perhatian Individu (4,887 > 1,6777).
2. PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan yaitu X₁ Bukti Fisik (2,709 > 1,6777), X₂ Kehandalan (1,257 > 1,6777), X₃ Daya Tanggap (2,216 > 1,6777), X₄ Jaminan (1,939 > 1,6777) dan X₅ Perhatian Individu (1,338 > 1,6777).

Uji Reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* dari setiap variabel lebih besar dari 0,05%, yang berarti bahwa kuesioner yang merupakan indikator indikator dari variabel tersebut adalah reabel atau

handal. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil pengujian yang telah dilakukan sebagai berikut : Variabel Kualitas Pelayanan *frontliner* (X)

1. PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan nilai Cronbach Alpha sebesar X_1 Bukti Fisik (0,752), X_2 Kehandalan (0,757), X_3 Daya Tanggap (0,757), X_4 Jaminan (0,781), X_5 Perhatian Individu (0,727) dan Y sebesar 0,572,
2. PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. nilai Cronbach Alpha X_1 Bukti Fisik (0,529), X_2 Kehandalan (0,689), X_3 Daya Tanggap (0,540), X_4 Jaminan (0,542) dan Y sebesar 0,295.

Maka hasil uji koefisien determinasi (R^2) :

1. PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan menunjukkan bahwa nilai $R = 0,936$ dan $R^2 = 0,876$ menjelaskan Kualitas Pelayanan *frontliner* dapat mempengaruhi kepuasan nasabah bertransaksi sebesar 87,6%, sedangkan sisanya 12,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya.
2. PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk.Cabang Katamso Medan bahwa nilai $R = 0,825$ dan $R^2 = 0,763$ menjelaskan Kualitas Pelayanan *frontliner* dapat mempengaruhi kepuasan nasabah bertransaksi sebesar 76,3%, sedangkan sisanya 23,7% dipengaruhi variabel lainnya.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas layanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah bertransaksi diperbankan pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Katamso Medan dan sebesar apa pengaruhnya, berdasarkan hasil analisis data, maka dapat disimpulkan bahwa uji t pada variabel (X)

- a. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pelayanan *frontliner* dan kepuasan nasabah bertransaksi di perbankan pada PT. Bank Syariah Mandiri memiliki nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabel X_1 sebesar $(1,903 > 1,6777)$, variabel X_2 $(2,062 > 1,6777)$, X_3 $(3,452 > 1,6777)$, variabel X_4 $(4,573 > 1,6777)$ dan X_5 $(4,887 > 1,6777)$ dan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. X_1 sebesar $(2,709 > 1,6777)$, variabel X_2 $(1,257 > 1,6777)$, variabel X_3 $(2,216 > 1,6777)$, variabel X_4 $(1,939 > 1,6777)$ dan variabel X_5 $(1,338 > 1,6777)$ dan taraf signifikan yang lebih kecil dari 0,05 $(0,009 < 0,05)$. Maka keputusan nya adalah H_a diterima dan H_o ditolak, artinya signifikan yang berarti kualitas pelayanan *frontliner* secara persial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bertransaksi diperbankan.
- b. Terdapat perbedaan yang signifikan antara Analisis *R square* diperoleh pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan 0,876 % artinya 87,6 % lebih besar dari PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. 0,763% artinya hanya 76,3%, maka dapat dilihat jelas perbedaan dari pelayanan *frontliner* dan kualitas pelayanan diantara kedua bank tersebut.

B. SARAN

Adapun saran penulis berikan untuk penelitian ini

1. Bagi bank mampu meningkatkan kualitas pelayanan frontliner terhadap kepuasan nasabah bertransaksi diperbankan, dan terus melakukan strategi-strategi pelayanan lainnya yang mampu membuat masyarakat lebih mengerti tentang pelayanan yang baik yang diberikan oleh bank sehingga akan meningkatkan jumlah nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Iskandar Muda Medan dan PT. Bank Negara Indonesia (persero), Tbk.,
2. Bagi penulis diharapkan mampu mengaplikasikan pada dunia perbankan, ilmu-ilmu atau teori-teori yang didapat setelah melakukan penelitian ini.
3. Bagi masyarakat diharapkan lebih bijak menentukan pilihan melakukan transaksi pada perbankan.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

- Antonio, Muhammad bin Ismail. *Subulu Al salam*. Bandung : Dahlan TT Jilid ke-3
- Arbi, Armawani. *Dakwah dan Komunikasi*. Jakarta : UIN Jakarta Prees, 2003
- Buangin, M Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya*. Jakarta : Kencana 2005
- Fachruddin, Fuad M. *Aurat dan Jilbab Dalam Pandangan Mata Islam*, Jakarta : CV Pedoman Ilmu Jaya
- Faisal, Afif, dkk. *Strategi dan Operasional Bank*. Bandung : PT EROSCO, 1996
- Irawan, Hendri. *10 Prinsip kepuasan Pelanggan*. Jakarta : PT ELEX Media Komputindo, 2002
- Karim, Helmi. *Fiqh Muamalat*. Jakarta : Rajawali Pers, 1992
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran : Analisa Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, terjemahan Hendra Teguh Rusli. Jakarta : Prenhalindo, 1997
- Kountur, Rommy. *Metedologi Penelitian*. Jakarta : CV Tamina Gravisa, 2003 cetakan ke-1
- Lupiyuandi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik*. Jakarta : Salemba Empat, 2001
- Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara, 2002
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya, 2002 cet ke-23
- Soeharto, Abdul Masjid. *Customer Service Dalam Bisnis dan jasa Transpormasi*. Jakarta : PT. Raja Grapindo Persada, 2009
- Soemitra, Andri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta : Kencana, 2009

B. WEBSITE

<http://E-Journal.stie-aub.ac.id> (Diakses pada Tanggal 25 September 2017, Pkl. 14.32 WIB)

<http://id.wikipedia.org/wiki/satuanpengamanan> (Diakses Pada Tanggal 04 Februari-2017 Pada Pukul 11.34 WIB)

<http://www.syariahmandiri.co.id> (Diakses Pada Tanggal 22 September 2017 Pukul 14.54 WIB)

<http://www.bni.co.id> (Diakses Pada Tanggal 22 September 2017 Pukul 15.12 WIB)